



BACHELORARBEIT

Frau
Sarah Binetsch

Die Zukunft der unabhängigen TV-Produzenten

**Status und Entwicklung in Deutschland
im Vergleich zu Großbritannien**

2015

BACHELORARBEIT

Die Zukunft der unabhängigen TV-Produzenten

**Status und Entwicklung in Deutschland
im Vergleich zu Großbritannien**

Autor/in:

Frau Sarah Binetsch

Studiengang:

Film und Fernsehen

Seminargruppe:

FF12wR3-B

Erstprüfer:

Herr Professor Peter Gottschalk

Zweitprüfer:

Herr Bartholomäus Honik

BACHELOR THESIS

The future of the independent TV-producers

**Status and development in Germany in
comparison to Great Britain**

author:

Ms. Sarah Binetsch

course of studies:

Film und Fernsehen

seminar group:

FF12wR3-B

first examiner:

Professor Peter Gottschalk

second examiner:

Mr Bartholomäus Honik

Bibliografische Angaben

Binetsch, Sarah:

Die Zukunft der unabhängigen TV-Produzenten: Status und Entwicklung in Deutschland im Vergleich zu Großbritannien

The Future of the independent TV-producers: Status and development in Germany in comparison to Great Britain

59 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Abstract

Intention dieser Arbeit ist es, Status und Entwicklung unabhängiger Fernsehproduzenten in Deutschland und Großbritannien zu untersuchen. Der Fokus dieser Arbeit liegt dabei auf der Frage, wie sich die Produktionssektoren in beiden Ländern im Hinblick auf die veränderten Rahmenbedingungen entwickelt haben und ob die britische Medienpolitik Vorbild für Deutschland sein kann.

Mittels einer komparativen Analyse wird zunächst die geschichtliche Entwicklung dieses Wirtschaftssektors in beiden Ländern herausgearbeitet. Anschließend wird die momentane Situation beider Produktionsmärkte beschrieben und auf Ähnlichkeiten und Unterschiede geprüft. Mit Hilfe aktueller Diskussionen, Stellungnahmen und vorgelegten Gesetzesänderungen wird eine Prognose für die Entwicklung der Branche in Deutschland, an Hand der bereits bestehenden Veränderungen in Großbritannien erstellt.

Die Arbeit zeigt, dass eine Restrukturierung der Branche wie in Großbritannien, auch in Deutschland zu einer Stärkung des nationalen Produktionssektors führen würde und diesen auch international mehr öffnen könnte.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis.....	VI
Abbildungsverzeichnis.....	VII
Tabellenverzeichnis.....	VIII
1. Einführung.....	1
1.1 Gegenstand und Problematik	1
1.2 Vorgehensweise und Aufbau	2
2. Allgemeine Fernsehproduktion	4
2.1 Eigenproduktion	4
2.2 Fremdproduktion	5
2.2.1 abhängige Produktionsfirmen	5
2.2.2 unabhängige Produktionsfirmen	6
3. Liberalisierung des deutschen Fernsehsektors	8
4. Liberalisierung des britischen Fernsehsektors	11
5. Produzentenverbände	16
5.1 Produzentenallianz.....	16
5.2 Ofcom.....	17
5.3 PACT.....	18
6. Situation unabhängiger Produktionsunternehmen in Deutschland	20
7. Situation unabhängiger Produktionsunternehmen in Großbritannien	26
8. Formathandel.....	28
9. Lösungsansätze	34
9.1 Eckpunktepapier der Fernsehauftragsproduktion	34
9.2 Lizenzmodell	37
9.3 ARD-Positionspapier zum Lizenzmodell	38
9.4 Quotenregulierung.....	40
9.5 Etat-Erweiterung für nicht-lineare Verbreitung	42
10. Schlussfolgerung	43
Literaturverzeichnis	XI
Eigenständigkeitserklärung.....	XVII

Abkürzungsverzeichnis

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland
BBC	British Broadcasting Cooperation
e.V.	eingetragener Verein
Hrsg.	Herausgeber
Ofcom	Office of Communications
PACT	Producers Alliance for Cinema and Television
WRD	Westdeutscher Rundfunk

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Produktionsstrategien in der Medienwirtschaft	6
Abbildung 2: Liberalisierung des Fernsehsektors	25
Abbildung 3: Der Prozess der unabhängigen Entwicklung und Auftragsproduktion	23
Abbildung 4: Entwicklung der inkrementalen Innovationsdynamik 1992-2007	26
Abbildung 5: Formatimport und -export in Deutschland und Großbritannien	29
Abbildung 6: Formathandel und nationaler Produktionsmarkt	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sender abhängige und senderunabhängige Produktionsfirmen	10
---	----

1. Einführung

1.1 Gegenstand und Problematik

„Unser Fernsehen ist am Ende. Beim Versuch, es allen recht zu machen, auf riskante Innovationen zu verzichten und einfach die Erfolge der restlichen Welt zu kopieren, ist das deutsche Fernsehen versehentlich mit dem Hintern an den Knopf für den Selbstzerstörungsmechanismus gekommen.“¹ So beschrieb der TV-Kritiker Oliver Kalkofe die deutsche Fernsehlandschaft bereits 2007 im „Spiegel“. Die Autorin Kerstin Fröhlich stellte dazu in diversen Interviews fest, dass das Vertrauen der deutschen Fernsehproduzenten in ihre eigenen Fähigkeiten sehr gering ausfalle.² Seit nun mehreren Jahren besteht in Deutschland eine Diskussion über die Entwicklung der Produktionsbranche, wobei immer wieder auf die Auftragsvergabe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF verwiesen wurde. Durch ihre Machtposition als zentraler Auftraggeber haben sie einen starken Einfluss auf den nationalen Markt und diktieren in vielen Bereichen die Preise für Auftragsproduktionen. Besonders unabhängige Produzenten leiden zunehmend unter dem steigenden Kostendruck und beklagen immer geringere Gewinnmargen. Dass dies nicht nur haltlose Unterstellungen sind, zeigte sich beispielsweise durch die Studien des FORMATT-Instituts über die Fernseh- und Filmproduktion in den vergangenen Jahren. Daraus geht hervor, dass Sender vorwiegend Produktionen über Tochterunternehmen herstellen lassen. Obwohl der Anteil der senderabhängigen Firmen sank, steigerte sich dabei deren Auftragsvolumen.³ Diese Entwicklung führte zu einer immer deutlicheren Machtasymmetrie und einer daraus resultierenden Marktverschiebung auf Kosten der unabhängigen Produzenten. In diesem Zusammenhang ließen sich diverse Vergleiche zu dem florierenden Produktionsmarkt in Großbritannien ziehen, der als einer der vitalsten weltweit gilt. Dort wurden, allerdings bereits vor 30 Jahren, dieselben Debatten über die Zukunft der unabhängigen Produzenten, als eine der treibenden kreativen Kräf-

¹ Kalkofe, Oliver (2007): Kreative Querschnittlähmung, in: Der Spiegel, 2007/1, S. 72-74

² Fröhlich, Kerstin (2010): Innovationssysteme der TV-Unterhaltungsproduktion. Komparative Analyse Deutschlands und Großbritanniens, Wiesbaden, S. 173

³ vgl. Röper, Horst (2014): Fernseh- und Filmproduktion 2011 und 2012. Fortschreibung der FORMATT-Studie über Konzentration und regionale Schwerpunkte der Auftragsproduktionsbranche, in: Mediaperspektiven, 2014/ 11, S.559

te geführt.⁴ Staatliche Markteingriffe, die Gründung von Aufsichtsgremien und Verbänden, sowie die Einführung von Verhaltenskodizes bei der Auftragsproduktion führten zu einer kompletten Umstrukturierung der britischen Medienlandschaft, deren Auswirkungen bis heute positive Erfolge aufweisen. Laut einer Statistik erreichte Großbritannien 2012 einen Umsatz von 11.379 Millionen Euro mit der Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen. Die Prognose für das Jahr 2020 beläuft sich derzeit auf 12.784 Millionen. Im Vergleich dazu erwirtschaftete Deutschland in der gleichen Kategorie gerade mal 4.287 Millionen im Jahr 2012 und könnte im Jahr 2020 einen prognostizierten Umsatz von 4.585 Millionen erlangen. Bereits hier wird die deutliche Diskrepanz in der Medienwirtschaft der beiden Länder deutlich. Auch in der Frage des Rechteverbleibs von Auftragsproduktionen und dem damit verbundenen Vertrieb gibt es verschiedene vertragliche Ansätze. Durch Eingriffe seitens des Staates, aber auch der Verbände, konnten Verhaltensregeln für die TV-Produktion etabliert werden, die eine faire Vergütung der Produzenten ermöglichte. Doch welche grundlegenden Unterschiede bestehen zwischen dem deutschen und britischen Produktionsmarkt? Und inwieweit können wir die Medienwirtschaft Großbritanniens als Vorbild für unseren eigenen Produktionsmarkt, besonders für den unabhängigen Produktionssektor nutzen? Ziel dieser Arbeit ist es die unterschiedlichen Entwicklungen in Deutschland und Großbritannien aufzuzeigen und die daraus entstandene Marktkonstitution der unabhängigen Produzenten zu vergleichen. Die Veränderungen des britischen Marktes sollen dabei auf ihre Anwendbarkeit in Deutschland analysiert werden und es folgt eine daraus resultierende Prognose für den nationalen Produktionsmarkt.

1.2 Vorgehensweise und Aufbau

Um diese Fragen beantworten zu können werden in dieser Arbeit zunächst grundlegenden Begriffe zur Fernsehproduktion erläutert. Dabei werden zu Beginn Eigen- und Auftragsproduktionen genau definiert, um anschließend eine klare Differenzierung zwischen abhängigen und unabhängigen Produktionsun-

⁴ vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen!, Pressemitteilung

ternehmen vorzunehmen. Als nächstes werden die Entwicklungen des Fernsehsektors in Deutschland, als auch in Großbritannien dargestellt. In beiden Ländern erfolgte eine Liberalisierung des Rundfunks, welche vor allem in Großbritannien zu wichtigen Veränderungen für die unabhängige Produktionsbranche führte. Dieser geschichtliche Rückblick zeigt auf, wie weit die britische Medienregulierung zurück reicht und welchen Einfluss sie bis heute auf den nationalen Rundfunksektor hat. Dabei wird Bezug genommen auf die Liberalisierung in Deutschland und welche Unterschiede schon damals in der Vorgehensweise zwischen den beiden Ländern bestanden. Um auf die aktuelle Situation von unabhängigen Produzenten eingehen zu können, ist es vorab von Nöten die wichtigsten Verbände und Aufsichtsbehörden in beiden Ländern zu skizzieren, die maßgeblich an einer Veränderung dieses spezifischen Sektors beteiligt sind. Zunächst wird der wichtigste deutsche Verband, die Allianz deutscher Produzenten - Film und Fernseh e.V. vorgestellt. Sie sind momentan der federführende Verband in den Verhandlungen mit den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten und konnten in den letzten Jahren deutliche Erfolge verbuchen. Dem gegenübergestellt werden zwei britische Institutionen, zum einen die staatliche Aufsichtsbehörde Ofcom, zum anderen der Verband für unabhängige Produzenten PACT. Mit diesen Basiselementen wird die aktuelle Situation unabhängiger Produzenten in Deutschland und Großbritannien erörtert. Dabei wird die Autorin bereits auf die deutlichen Vorteile der britischen Produktionsindustrie im Vergleich zu der Deutschen eingehen. In einer kurzen Analyse wird danach auch noch kurz auf den Formathandel hingewiesen, da Großbritannien als einer der erfolgreichsten Formatexporteure weltweit gilt und dieser wirtschaftliche Erfolg auch direkten Einfluss auf die unabhängige Produktionsbranche hat. Schließlich werden die aktuellen Lösungsansätze erläutert und diskutiert. Dabei werden sowohl bereits bestehende Vereinbarungen als auch angestrebte Änderungen aufgezeigt. In einer abschließenden Schlussfolgerung werden die beschriebenen Lösungsansätze zusammengefasst und eine Prognose, in Bezug auf die bereits bestehenden Regulierungen in Großbritannien für unabhängige Produzenten gegeben.

2. Allgemeine Fernsehproduktion

2.1 Eigenproduktion

Bevor die Strategien der Fernsehproduktion in Deutschland und Großbritannien miteinander verglichen werden können, müssen zunächst grundlegende Begrifflichkeiten definiert werden, welche in der nachfolgenden Abhandlung als Rahmenbedingungen gelten. Dies erfordert zunächst eine Differenzierung der verschiedenen Produktionsoptionen zur Programmbeschaffung eines Senders. Als erstes sei hierbei die Eigen- oder auch „In-house-“, Produktion genannt, in welcher der gesamte Arbeitsprozess von der redaktionellen Konzeptionierung, über die Herstellung, bis zur Ausstrahlung senderintern organisiert und finanziert wird. Außerdem werden sämtliche Produktionsbestandteile wie Personal, Equipment und räumliche Kapazitäten aus den sendereigenen Ressourcen geschöpft⁵. Dies hat zunächst den Vorteil, dass sämtliche Abläufe permanent kontrolliert und die Produktion exakt auf die Anforderungen und Wünsche des Senders zugeschnitten werden können. Ein weiterer Aspekt ist die Aufrechterhaltung des Senderprofils. Allein durch die spezifische Umsetzung von Themen und Formaten erarbeitet sich jeder Sender einen individuellen Charakter. Um diesen Markenstandard zu halten, werden vor allem Inhalte eigenproduziert, die dieses Profil in besonderem Maße widerspiegeln⁶. Ein beschreibendes Beispiel für diese Vorgehensweise sind die von ARD-aktuell produzierten Nachrichtenformate „Tageschau“, „Tagesthemen“ oder „Wochenspiegel“⁷. Allerdings stellen die vorhandenen Produktionsressourcen auch dauerhafte finanzielle Ausgaben dar, wie der Unterhalt eines Studios. Momentan liegt der Eigenproduktionsanteil bei dem Sender „Das Erste“, sowie den Dritten Fernsehprogrammen bei rund 30%. Die BBC erfasst hingegen unter dem Begriff „In-house-production“ nicht nur die Produktionen, die mit sendereigenen Mitteln hergestellt werden, sondern auch jene, welche von abhängigen Produktionsunternehmen realisiert werden. Daher nennt die BBC einen Eigenproduktionsanteil von 50%⁸. In der folgenden Arbeit werden die beiden Bereiche „Eigenproduktion“ und

⁵ Vgl. Wirtz, Bernd (2012): Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden, S.411

⁶ vgl. Witz, 2012: S. 414

⁷ ARD (2012): ARD-aktuell

⁸ vgl. BBC (2014): Review of the BBC's content supply arrangements

„Auftragsproduktion abhängiger Produktionsfirmen“ jedoch getrennt betrachtet, um ein differenzierteres Bild der aktuellen Auftragslage zu erhalten.

2.2 Fremdproduktion

2.2.1 abhängige Produktionsfirmen

Um im Folgenden auf die Marktkonstitution der unabhängigen Produktionsunternehmen eingehen zu können, müssen diese zunächst vom abhängigen Sektor differenziert werden. Für die nähere Betrachtung soll die Definition nach Horst Röper gelten:

„Als abhängig werden zunächst Tochter- und Beteiligungsunternehmen von Sendern bezeichnet, sofern die Beteiligungshöhe mindestens 25 Prozent erreicht. Daneben werden auch Beteiligungs- und Tochterfirmen dieser Unternehmen (Enkelstufe) nach dem gleichen Kriterium berücksichtigt.“⁹

Diese Definition wurde auch in Großbritannien in der Independent Productions Order von 1985 festgelegt, nach der ein abhängiges Produktionsunternehmen mehr als 25 % zu einem Sender gehört oder mehr als 25 % Anteil an einem Fernsehsender hält.¹⁰ Ein deutsches Beispiel wäre hierfür die Bavaria Film GmbH in München. Als Gesellschafter hält die WDR Mediagroup GmbH 33,35% an der Bavaria.¹¹ Die WDR Mediagroup hingegen ist die kommerzielle Tochtergesellschaft des Westdeutschen Rundfunks (WDR). Somit ist die Bavaria mit einem Teil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wirtschaftlich verknüpft. Ein britisches Beispiel hierfür wäre die BBC Studios and Postproduction, eine direkte Tochterfirma der British Broadcasting Corporation (BBC).¹² Doch sei bei dieser Definition die „Enkelstufe“ in besonderem Maße genannt, da dies nur in Großbritannien berücksichtigt wird. Durch diese genauere Ausdifferenzierung entstand der Begriff der „True Indies“, also Firmen die keinerlei Kapitalverflechtung mit den Unternehmensgruppen der Sender aufweisen.¹³ Werden Send-

⁹ Röper, 2014: S.558

¹⁰ vgl. Doyle, Gillian; Paterson, Richard (2010): Die Produktion unabhängigen Fernsehens in Großbritannien. Öffentliche Politik, Kreativität und Wachstum, in Lantzsich, Katja; Altmeppen, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden, S. 36

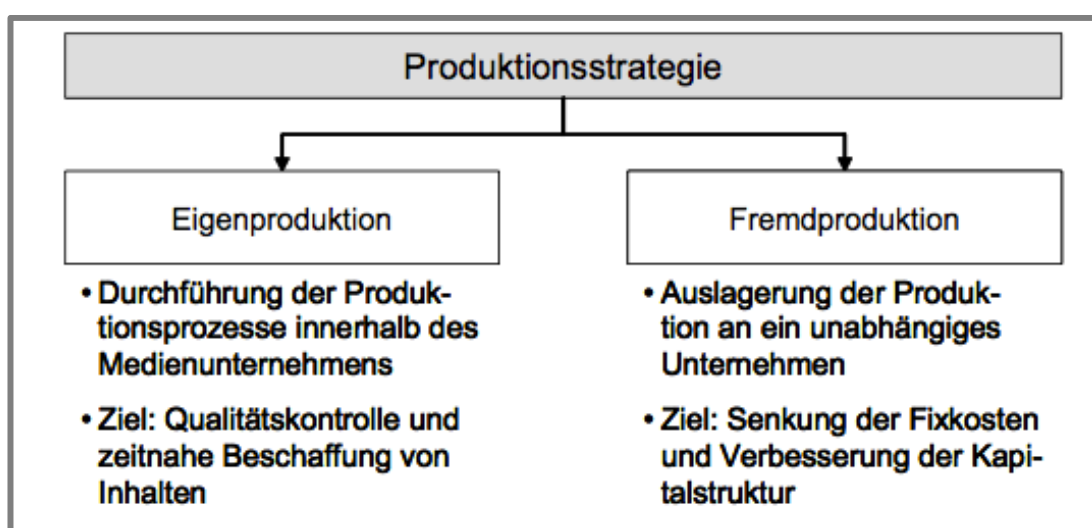
¹¹ vgl. Bavaria Film GmbH (2015): Firmenprofil Bavaria Film GmbH

¹² vgl. BBC Studios and Postproduction (2015): Creating and preserving award-winning content

¹³ vgl. medienpolitik.net (2014): „Für eine große Vielfalt des Produzentenmarktes“

einhalte von abhängigen Unternehmen produziert, spricht man von einer vertikalen Integration der Wertschöpfungskette. Diese vertikale Integration kann in zwei Arten unterschieden werden: Zum einen kann eine Verknüpfung von Produktion und Ausstrahlung bestehen. Der Sender fungiert dabei sowohl als Produzent, als auch als Distributor. Zum anderen wird die Herstellung von Fernsehformaten von einer abhängigen Produktionsfirma übernommen, welche wirtschaftlich mit dem Sender verbunden ist.¹⁴ Durch die gesamte interne Herstellungskette besitzen die Sender natürlich auch die gesamten Rechte an den Inhalten.¹⁵

Abbildung 1: Produktionsstrategien in der Medienwirtschaft



Quelle: Wirtz, Bernd (2012): Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden, S. 94

2.2.2 Unabhängige Produktionsfirmen

Aus der obigen Definition für abhängige Produktionsfirmen erschließen sich nun automatisch die Rahmenbedingungen für die unabhängigen Unternehmen. Diese dürfen maximal 25% an einem Sender besitzen oder zu einem Sender gehören. In ihrer Abhandlung „Marktkonstitution und Regulierung der unabhängigen Film- und Fernsehproduktion – Staat, Verbände und Gewerkschaften im deutsch-britischen Vergleich“ differenzieren Elbing und Voelzkow die Abhängigkeit eines Unternehmens zusätzlich in formale und faktische Abhängigkeit. Die

¹⁴ vgl. Fröhlich, 2010: S. 81

¹⁵ Vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung

formale Abhängigkeit ist wie bereits dargestellt, die wirtschaftliche Verknüpfung eines Fernsehsenders mit einem Produktionsunternehmen. Die faktische Abhängigkeit hingegen bezieht sich auf die einzugehenden Auftragsproduktionen eines Unternehmens. Erstellt eine Produktionsfirma nur Programminhalte für einen Sender, ist sie faktisch abhängig. Die im Folgenden als unabhängig bezeichneten Produktionsunternehmen überschreiten zum einen also nicht den 25% - Anteil und produzieren Inhalte für mehr als einen Sender.

3. Liberalisierung des Fernsehsektors in Deutschland

Um die Vorgehensweisen zur Programmbeschaffung der Sender verstehen zu können, werden hier zunächst grundlegende geschichtliche Entwicklungen erörtert, die maßgeblich für die heutige Produktionssituation verantwortlich sind. Vor allem die Liberalisierungspolitik in den achtziger Jahren führte zu einer erheblichen Veränderung der deutschen Senderlandschaft. In der folgenden Ausführung wird die Entwicklung der öffentlich-rechtlichen Sender, sowie die Entstehung des dualen Rundfunksystems betrachtet. Schon in der Entstehungsgeschichte der ARD ist zu sehen, wie viel das deutsche Rundfunksystem mit dem Großbritanniens gemein hat; nicht zuletzt, weil es teilweise nach britischem Vorbild gegründet wurde. Die Gliederung des westdeutschen Rundfunks in eigenständige, öffentlich-rechtliche Anstalten entsprach in weiten Teilen der Organisation der British Broadcasting Corporation (BBC). Dieser Aufbau in separate Anstalten unter staatlicher Rechtsordnung wird schließlich am 21. November 1947 offiziell verabschiedet.¹⁶ 1950 bilden die verschiedenen Landesrundfunkanstalten einen bundesweiten Zusammenschluss; die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD).¹⁷ Da ein derartiger Dachverband zu Zeiten des Nationalsozialismus zu staatlichem Missbrauch geführt hatte, war man diesmal besonders darauf bedacht, den einzelnen Anstalten genug eigene Handlungskompetenzen zu überlassen. Somit wollten die Alliierten einen weiteren staatlichen Machtmissbrauch vermeiden und eine Diversität der Fernsehlandschaft sichern.¹⁸ Durch die Einführung der Gebührenfinanzierung wurde auch eine finanzielle Staatsferne geschaffen, da die Sender nicht von den Steuergeldern der Regierung abhängig waren.¹⁹ Am 01. April 1963 begann das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) mit der bundesweiten Sendung seines Programms.²⁰ Die Inbetriebnahme dieses zweiten Senders bedeutete den Beginn einer vielfältigen deutschen Fernsehlandschaft. Doch bis Anfang der achtziger Jahre wurden Redaktion und Produktion eines Senders in übergeordneten Pro-

¹⁶ vgl. WDR (2005): Demokratie aus dem Äther

¹⁷ vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (2012): Entstehungsbedingungen des dualen Rundfunksystems

¹⁸ vgl. ARD (2015): Geschichte

¹⁹ vgl. WDR (2005): Demokratie aus dem Äther

²⁰ vgl. ZDF (2015): Geschichte des ZDF

duktionsabteilungen zusammengefasst, die Programminhalte größtenteils senderintern in Eigenproduktionen herstellten. Eine Ökonomisierung der öffentlich-rechtlichen Anstalten begann schließlich erst durch das Aufkommen privatwirtschaftlicher Sender und den damit verbundenen gestiegenen Wettbewerbsdruck. Diese wirtschaftliche Veränderung erfolgte durch den Aufbau der Kabel und Satellitenanschlüsse und das darauf folgende Fernsehurteil von 1981. Dieses erlaubte es auch privatwirtschaftlichen Fernsehanbietern Sendefrequenzen zu erhalten.²¹ Die Inbetriebnahme der Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk (PKS), dem Vorläufer des Senders Sat1, am 01. Januar 1984, markierte den Beginn des dualen Rundfunksystems in Deutschland. Die privaten Anbieter werden seitdem ebenfalls durch Landesmediengesetze der einzelnen Landesmedienanstalten kontrolliert und organisiert.²² Die öffentlich-rechtlichen Sender mussten sich zunehmend im wirtschaftlichen Wettkampf gegen die privatwirtschaftlichen Einrichtungen behaupten, was eine erhöhte Nachfrage nach Auftragsproduktionen mit sich zog. In einem Zeitschriftenartikel von Sabine Elbing und Helmut Voelzkow wird dieser wirtschaftliche Zuwachs wie folgt zusammengefasst:

„Im Jahr 1988 lag das Auftragsvolumen, das die Fernsehsender für die Film- und Fernsehproduktion ausgegeben haben, noch bei rund 800 Mio. Euro. Bereits 1992 lag das Volumen bei 1,3 Mrd. Euro, sechs Jahre später bei 1,8 Mrd. Euro und im Jahr 2000 wurden sogar 2 Mrd. Euro erreicht.“²³

Somit konnte das Auftragsvolumen in zwölf Jahren mehr als verdoppelt werden. Diese Steigerung mag auch teilweise auf die Eingliederung der ehemaligen ostdeutschen Sender in die Landesmedienanstalten der ARD zurückzuführen sein. Das gesteigerte Auftragsvolumen bot den idealen Nährboden für neue Produktionsfirmen. Daher ist ab den neunziger Jahren ein rapider Zuwachs in der Produktionsbranche zu verzeichnen. 1998 existierten in Deutschland 453 Produktionsfirmen. 2003, gerade einmal fünf Jahre später, war die Anzahl der bestehenden Unternehmen bereits auf 808 angestiegen. 2012 lag der Wert bei 848, also einem weitaus geringeren Zuwachs in einem längeren Zeitraum. Dies

²¹ vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (2012): Entstehung des dualen Systems

²² vgl. WDR (2015): Das duale Rundfunksystem

²³ vgl. Elbing, Sabine; Voelzkow, Helmut (2006): Marktkonstitution und Regulierung der unabhängigen Film- und Fernsehproduktion. Staat, Verbände und Gewerkschaften im deutsch-britischen Vergleich, in: Industrielle Beziehungen: Zeitschrift für Arbeit, Organisation und Management 2006/13, S.320

lässt deutlich auf eine Sättigung des Marktes schließen. Während 1998 das durchschnittliche Produktionsvolumen pro Firma bei 1 287 Minuten lag, verringerte sich dieser Wert bis 2003 auf 865 Minuten. Das Produktionsvolumen steigerte sich von 1999 bis 2012 von 660 204 auf gerade mal 734 400 Minuten.²⁴ Diese Werte zeigen, welcher Wettbewerbsdruck sich in der Produktionsbranche in den letzten zwölf Jahren entwickelt hat, da das Auftragsvolumen relativ konstant geblieben ist, die Anzahl von Produktionsunternehmen allerdings kontinuierlich gestiegen ist.

Tabelle 1: Senderabhängige und senderunabhängige Produktionsfirmen 2001 bis 2012

	senderabhängig					senderunabhängig				
	Anzahl Betriebe	% an Branche	Produktionsvolumen in Min.	% an Branche	Volumen pro Betrieb in Min.	Anzahl Betriebe	% an Branche	Produktionsvolumen in Min.	% an Branche	Volumen pro Betrieb in Min.
2001	115	15,3	383 000	53,3	3 330	635	84,7	335 900	46,7	529
2002	108	14,6	349 500	49,9	3 236	630	85,4	350 400	50,1	556
2003	87	10,8	223 600	32,1	2 570	721	89,2	473 500	67,9	657
2004	84	11,3	245 600	33,8	2 924	657	88,7	480 700	66,2	732
2005	84	12,3	244 700	36,5	2 913	619	87,7	425 400	63,5	687
2006	71	10,5	254 600	35,5	3 586	605	89,5	463 100	64,5	765
2007	81	13,9	319 900	38,9	3 949	503	86,1	502 900	61,1	1 000
2008	86	15,2	292 300	36,5	3 399	478	84,8	506 800	63,5	1 060
2009	97	13,1	291 000	40,1	3 000	643	86,9	434 800	59,9	676
2010	84	10,8	265 200	36,7	3 157	694	89,2	458 200	63,3	660
2011	95	10,7	291 600	39,4	3 069	792	89,3	448 500	60,6	566
2012	89	10,5	298 200	40,6	3 351	759	89,5	436 500	59,4	575

Quelle: Röper, Horst (2014): Fernseh- und Filmproduktion 2011 und 2012. Fortschreibung der FORMATT-Studie über Konzentration und regionale Schwerpunkte der Auftragsproduktionsbranche, in: Mediaperspektiven, 2014/ 11, S.558

²⁴ Röper, 2014: S. 558

4. Liberalisierung des Fernsehsektors in Großbritannien

Die Entwicklung der britischen Fernsehlandschaft schritt, anders als in Deutschland, deutlich schneller voran und setzte den Grundstein für den florierenden TV-Sektor in der heutigen Medienwirtschaft Großbritanniens. Zunächst agierte die British Broadcasting Corporation (BBC), die 1936 mit der Ausstrahlung eines Fernsehprogramms begann. Ihr liegt bis heute, ähnlich wie ARD und ZDF eine öffentlich-rechtliche Rechtsform zugrunde, die sie „zu hoher Programmqualität einerseits und Ausgewogenheit, Überparteilichkeit und Staatsferne andererseits verpflichtet“. ²⁵ Durch den Beveridge Report von 1949 kam es erstmals zu starker Kritik an den monopolistischen Strukturen der BBC. Die damalige britische Regierung begünstigte die Gründung eines privatwirtschaftlichen Fernsehsektors, der 1955 durch die Inbetriebnahme des Senders Independent Television (ITV) manifestiert wurde. ITV war ein Zusammenschluss unabhängiger Sender mit regionalen Lizenzen. ²⁶ Während sich die BBC als öffentlich-rechtlicher Sender bis heute aus Gebühren finanziert, bestreiten ITV und andere privatwirtschaftliche Sender ihre Einnahmen vor allem durch Werbeverträge. Während in Deutschland erst 1986 privatwirtschaftliche Sender zugelassen wurden, etablierte Großbritannien das duale Rundfunksystem bereits 31 Jahre vorher. Doch trotz dieser innovativen Veränderung wurde schnell deutlich, dass die Sender weiterhin vertikal integriert waren, was eine Förderung der unabhängigen Produktionsbranchen nicht notwendig machte. Auf der Gründungsmitgliederversammlung der Sektion Dokumentation am 2. September 2011, nannte der Brite Steve Hewlett diese vertikale Integration als einen der Hauptgründe für die staatliche Einflussnahme zur Restrukturierung der Fernsehwirtschaft. Die damalige Regierung unter Margeret Thatcher störte sich nach seiner Aussage vor allem an dem monopolistischen Aufbau der Fernsehsender. Gerade ITV machte zu dieser Zeit derartig große Gewinne, dass sie den Gehaltsforderungen der Gewerkschaften meistens nachkam. Daraus ent-

²⁵ Möser, Ruth (2000): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Deutschland und Großbritannien, Gemeinsamkeiten und Unterschiede, Mainz, S. 24

²⁶ Vgl. Möser, 2000: S. 25

wickelten sich bizarre Gehaltssteigerungen.²⁷ Hewlett beschrieb diese Vorgänge in folgendem Beispiel:

„Ein Kameramann, der zehn Stunden gearbeitet hatte und vor einer zehnstündigen Ruhephase wieder arbeiten musste, bekam nach den Gewerkschaftsbestimmungen das Doppelte. Wenn es nochmal vorkam, bekam er das Vierfache. Und wenn es nochmal vorkam, das Achtfache, dann das 16-fache, schließlich das 32-fache. Diejenigen, die für die Leute vom Schnitt, von der Kamera oder für sonst wen die Arbeitspläne erstellten, organisierten die Verfügbarkeiten zur Maximierung ihrer gemeinsamen Einkommen. Einige der Geschichten sind legendär. Bei London Weekend Television hieß es oft, Cutter und andere technische Mitarbeiter besäßen gemeinsam Yachten und Immobilien in Cannes. Es ging wirklich nicht mit rechten Dingen zu, und Thatcher hasste das.“²⁸

Die Arbeitssituation bei ITV hatte also ein nahezu utopisches Ausmaß angenommen. Mittels des Broadcasting Acts von 1980 erfolgte die Gründung des Senders Channel 4, welche einen bedeutsamen Wandel in die Medienpolitik Großbritanniens brachte. Die Einzigartigkeit dieses Senders ist primär das hybride Unternehmensprofil, nach dem Channel 4 zwar eine öffentliche Rechtsform zugrunde liegt, er sich aber über Werbeeinnahmen finanziert.²⁹ Zudem ist er als sogenannter „Publisher Broadcaster“ organisiert, also ein Sender, der keine eigenen Produktionskapazitäten aufweist. Eine weitere Neuerung im Zuge von Channel 4 war die Verpflichtung des Senders, seine Programminhalte ausschließlich über unabhängige Produktionsfirmen anfertigen zu lassen.³⁰ Somit wurde eine vertikale Integration mittels abhängiger Produktionsfirmen vermieden. Sender wurden gezwungen die Mittel für Auftragsproduktionen nicht nur ihren Töchtern und damit ihrem eigenen Unternehmen zuzuführen, sondern mussten den gesamten heimischen Markt daran beteiligen. Bis heute ist Chan-

²⁷ Vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung

²⁸ Vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung

²⁹ vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 317

³⁰ Vgl. Fröhlich, 2009: S. 224

nel 4 „a major investor in the UK's creative economy“ .³¹ Die plötzliche Nachfrage nach unabhängigen Produzenten hatte einen enormen Zuwachs von Produktionsunternehmen zur Folge und „the independent TV sector has grown from a handful of firms in the 1970s to at least 800 companies in the 1990s“.³² Die Gründung von Channel 4 erwies sich als erster Schritt zur Veränderung des Duopols in Großbritannien, da sich der Sender in direkter Konkurrenz zu ITV, als Werbeanbieter etablierte. Werbekunden hatten ab diesem Zeitpunkt die Wahl, mit welchem der beiden Sender sie Verträge eingingen. Doch mit dem Aufkommen unabhängiger Produzenten musste auch der Verbleib der Verwertungsrechte neu ausgehandelt werden. Trotz der Produktion bei unabhängigen Unternehmen, behielten die Sender jegliche Verwertungsrechte an den Inhalten ein.³³ „Die vollständige und systematische Ausschöpfung dieser Rechte“³⁴ ist jedoch bis heute wesentlicher Bestandteil der finanziellen Stabilität eines Produzenten und stellte damals zunächst ein deutliches Problem für die Unternehmen dar. Eine weitere bedeutsame Entwicklung war die Veröffentlichung des Peacock-Berichts durch den britischen Ökonomen Sir Alan Peacock 1986. Bei einer erweiterten Forschungsarbeit über die Fernsehgebühren der BBC, konstatierte er, dass das Monopol der terrestrischen Sender das Marktwachstum des unabhängigen Produktionssektors blockiere. Zudem seien unabhängige Unternehmen in der Lage Programminhalte wesentlich kosteneffizienter zu produzieren, als die Sender mittels Eigenproduktionen.³⁵ Auf sein Anraten hin beschloss die damalige Regierung, unter Margeret Thatcher, gemeinsam mit der Independent Broadcasting Authority (IBA), die Einführung eines Mindestkontingents³⁶, nachdem die terrestrischen Sender BBC, ITV, sowie der kommerzielle Sender Channel 5, einen Anteil von 25 % ihrer jährlichen Produktionen an unabhängige Produktionsfirmen vergeben mussten. Das Kon-

³¹ Channel 4 (2015): About Channel 4

³² Tempest, Sue; Starkey, Ken; Barnatt, Christopher (1997): Diversity or divide? In Search of flexible specialization in the UK television industry, in: Industrielle Beziehungen: Zeitschrift für Arbeit, Organisation und Management, 1997/4, S. 42

³³ Vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung

³⁴ Gillian; Paterson, 2011: S. 44

³⁵ vgl. Gillian; Paterson, 2010: S. 37

³⁶ vgl. Vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung

tingent bezieht sich dabei auf die sogenannten „qualifying programmes“. „Diese umfassen alle nicht eingekauften Programme, Wiederholungen, Nachrichten und Sendeeinheiten, die kürzer als zwei Minuten sind“. ³⁷ Diese Regelung wurde im Broadcasting Act von 1990 festgehalten. Mit der Einführung dieser neuen Regulierungen veränderte sich die britische Fernsehwirtschaft in besonderem Maß. Durch die Vielfalt der Senderlandschaft rückten die Bedürfnisse des Zuschauers zunehmend in den Vordergrund. Dies begünstigte eine stärkere Marktorientierung der Sender und förderte den kreativen Wettkampf in der Fernsehindustrie. ³⁸ Die innovative Restrukturierung der Fernsehprogrammbeschaffung hatte in Großbritannien ein enormes Wirtschaftswachstum zur Folge und hat „innerhalb von sechs Jahren zu einer Verdopplung des Programmvolumens geführt, das von unabhängigen Film- und Fernsehfirmen produziert wird“. ³⁹ Doch führte diese Umstrukturierung auch zu einer enormen Veränderung der Arbeitsplatzsituation. Um den staatlich auferlegten Quoten nachzukommen, mussten vor allem BBC und ITV ihre eigenen Produktionskapazitäten verringern, da diese finanziell nicht mehr tragbar waren. ⁴⁰

Durch die Betrachtung der Fernsehgeschichte in Bezug auf unabhängige Produktionsfirmen in Deutschland und Großbritannien werden einige erste Parallelen deutlich, wie die Entwicklung des dualen Rundfunksystems und der damit verbundenen Nachfrage nach Auftragsproduktionen. Nicht zuletzt waren die britischen Alliierten maßgeblich am Aufbau der deutschen Fernsehlandschaft nach 1945 beteiligt. Doch die damaligen politischen Umstände sind nach Meinung der Verfasserin auch ein wesentlicher Grund für die langsamere Entwicklung der deutschen Rundfunklandschaft im Vergleich zu Großbritannien. Ab 1936 etablierten die Briten mittels der BBC kontinuierlich ihren Fernsehsektor und konnten diesen bereits 1955 mit der Gründung von ITV zu einem Duopol ausweiten. In Deutschland hingegen wurde das Fernsehen bis 1945 für nationalsozialistische Propaganda missbraucht, wobei die Programmproduktion dem Reichspropagandaministerium unterstand. ⁴¹ Nach der Machtübernahme durch

³⁷ Vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 318

³⁸ Vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung

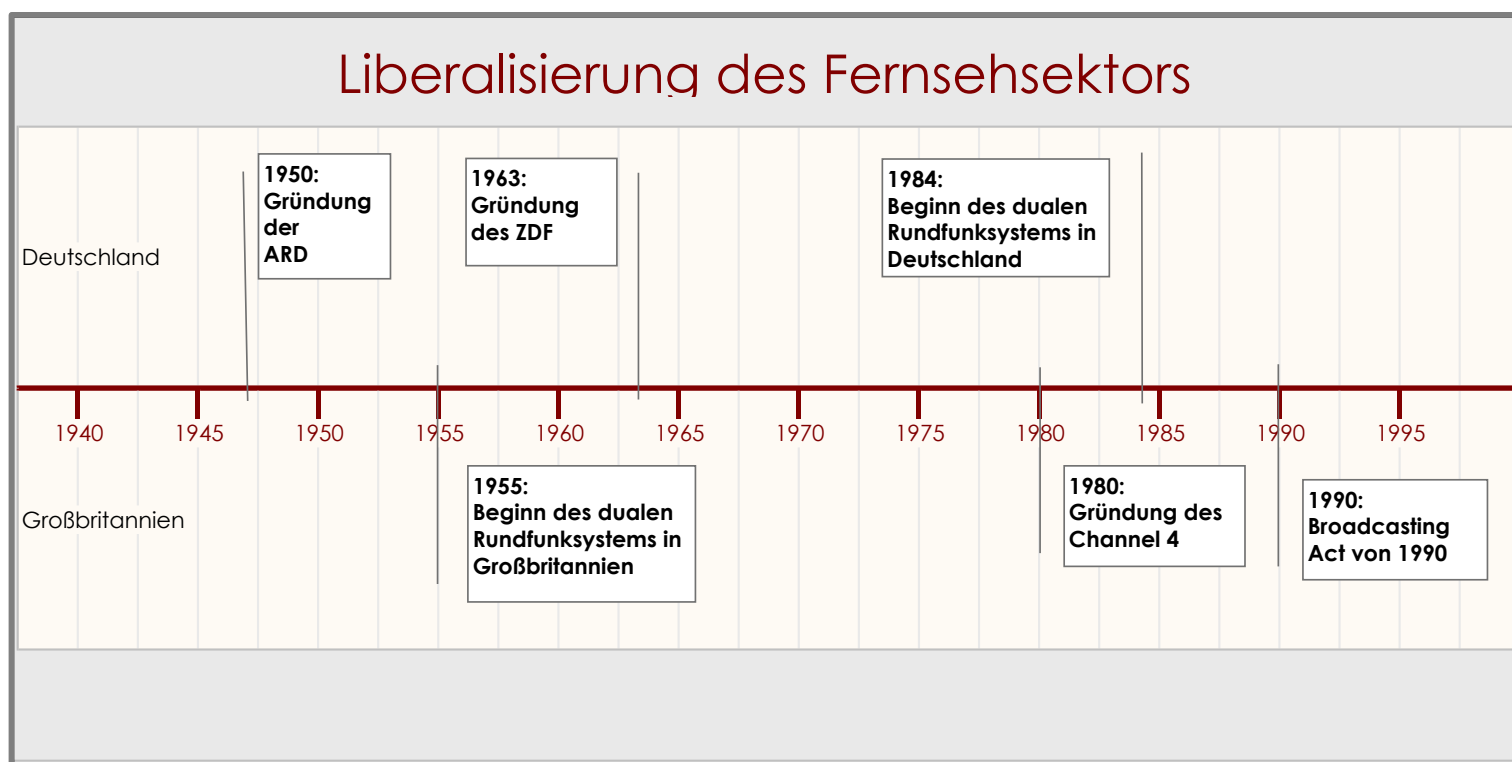
³⁹ Elbing; Voelzkow, 2006: S. 319

⁴⁰ Doyle, Paterson, 2010: S. 39

⁴¹ vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (2012): Fernsehen im „Dritten Reich

die Alliierten wurde der Sendebetrieb zunächst eingestellt und eine vollkommen neue Basis für den Fernsehsektor geschaffen. Das Hauptaugenmerk der Neuorganisation lag vor allem auf der Staatsferne des gesamten Mediensektors. Eine derartige staatliche Regulierung wie in Großbritannien Anfang der 80er Jahre, hätte erneut zu einer Verflechtung von Medienwirtschaft und Politik geführt. Der föderalistische Aufbau, also die verschiedenen Landesmedienanstalten mit den jeweiligen Landesmediengesetzen stellen auch heute noch eine deutlich größere Hürde für eine staatliche Regulierung dar, als im zentralistisch geführten Fernsehsektor Großbritanniens.

Abbildung 2: Liberalisierung des Fernsehsektors



Quelle: Eigene Darstellung

5. Produzentenverbände

5.1 Produzentenallianz

Die Verbände haben in beiden Ländern eine maßgebliche Beteiligung an den medienwirtschaftlichen Veränderungen und werden daher kurz erläutert. Die Allianz Deutscher Produzenten - Film und Fernseh e.V., kurz Produzentenallianz, agiert seit März 2008. Entstanden ist diese Interessensgemeinschaft aus dem Zusammenschluss dreier Einzelverbände, der Association of German Entertainment Producers (AGEB), dem Bundesverband Deutscher Fernsehproduzenten film20. Einige Zeit später traten die Arbeitsgemeinschaft Neuer Deutscher Spielfilmproduzenten (AG Spielfilm), der Verein deutscher Animationsproduzenten (VdAP) und der Verband deutscher Post- und Werbefilmproduktionen (VDW) ein. Dieser große Zusammenschluss unterschiedlicher Verbände führte zu einem enormen Anstieg der Mitglieder in der Produzentenallianz. So zählt der Verband mittlerweile ca. 220 Mitgliederfirmen. Aufgrund der vielen unterschiedlichen Tätigkeitsbereiche der einzelnen Firmen wurde die Allianz in die sechs Kategorien Kino, TV, Entertainment, Animation, Werbung und Dokumentation organisiert. In den letzten Jahren ist die Produzentenallianz unter anderem zu einem wichtigen Verhandlungsführer zwischen den deutschen Produzenten und den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten geworden. So verhandelten sie ab 2009 sowohl mit der ARD, als auch dem ZDF über das sogenannte Eckpunktepapier zur Verbesserung der „Terms of Trade“ zwischen Produzenten und den jeweiligen Sendeanstalten.⁴² Auf den genauen Inhalt dieses Eckpunktepapiers wird in Kapitel 9.1 beschrieben.

⁴² vgl. Produzentenallianz (2015): Die Produzentenallianz: Entwicklungen, Struktur, Aktionsfelder, Ergebnisse

5.2 Ofcom

Durch die Verabschiedung des Communications Act 2003 formierten sich die einzelnen Regulationsorgane Broadcasting Standards Commission, Independent Television Commission, Office of Telecommunications, Radio Authority und Radio Communications Agency zu einer Regulierungsbehörde, dem Office of Communications (Ofcom). Im Communications Act 2003 wurden unter anderem die sogenannten „Codes of Practice“, festgelegt, ein Katalog grundlegender Richtlinien beispielsweise für die Vorgänge bei der Fernsehproduktion. Dieser Communications Act legte fest, dass die öffentlichen Sender Channel 3 (ITV), sowie alle zu Channel 4 gehörenden Sender diesen „Codes“ folgen zu leiten haben. Diese regeln vor allem, dass bei allen Auftragsproduktionen an unabhängige Unternehmen, der Produzent die gesamten Rechte an dem produzierten Material behält.⁴³ Ofcom beschreibt somit eine übergeordnete Aufsichtsbehörde, da sie sowohl privaten und öffentlichen Rundfunk reguliert, als auch die gesamte Telekommunikation kontrolliert. Für diese Arbeit ist aber vor allem das Regulierungssystem für den öffentlichen-rechtlichen Rundfunk von Bedeutung. Die Gründung der Ofcom sollte in erster Linie eine sogenannte „light-touch“-Regulierung für den öffentlich-rechtlichen Fernsehsektor etablieren. Anstatt permanent kontrolliert zu werden, verpflichteten sich die Sender transparent über ihr gesamtes Sende- und Produktionsverhalten zu berichten. Diese Berichterstattung wird seitdem alle 12 Monate von der Ofcom auf die Einhaltung der Regulierungsvorschriften überprüft. Kommt ein Sender seinen Verpflichtungen nicht nach, stehen der Ofcom diverse Sanktionsmaßnahmen zur Verfügung, um den Einhaltung der Vertragskriterien zu sichern.⁴⁴ Gemeinsam mit der Competition and Market Authority hat die Ofcom das Recht den Wettbewerb durch Regulierungen zu steuern und die Vielfalt im Fernsehsektor zu gewährleisten.⁴⁵ Das oberste Leitgremium der Ofcom ist das Ofcom Board. Dieses kontrolliert und interpretiert die Sende- und Produktionsberichte der Sendeanstalten und verhängt wenn nötig die entsprechenden Sanktionen. Die Beschlüsse werden durch einen separaten Ausschuss, dem Policy Executive, in der

⁴³ vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 323

⁴⁴ Wenzel, Corinna (2012): Selbstorganisation und Public Value. Externe Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wiesbaden, S.47

⁴⁵ vgl. Ofcom (2015): What is Ofcom?

Praxis umgesetzt. Da die Ofcom für viele verschiedenen Telekommunikationsbereiche zuständig ist, gibt es auch in der Policy Executive einen Unterausschuss, Content and Standards. Diese Untergruppierung ist für die Überwachung der Quotenregulierung und die Vergabe von Lizenzen verantwortlich.⁴⁶ Mit der Gründung des neuen Rundfunkrats BBC Trust, verlor Ofcom teilweise seine Entscheidungsgewalt über die BBC. Der BBC Trust stellt ein unabhängiges Aufsichtsgremium dar, durch das die BBC zum Großteil selbstregulierend arbeiten kann. Sie vertreten das öffentliche Interesse und „make decisions in the best interests of licence fee payers and protect the independence of the BBC.“⁴⁷

5.3 PACT

Die Producers Alliance for Cinema & Television, kurz PACT, ist ein Verband unabhängiger Produzenten in Großbritannien. Der bereits angesprochene Broadcasting Act von 1990 öffnete den britischen Fernsehmarkt für unabhängige Produzenten. Um diesem Produktionssektor eine Stimme in Form eines Verbands zu geben, formierte sich PACT als einer der einflussreichsten Verbände. „Damit Pact als Industrieverband funktionierte, gab es das „Pact levy“, die Pact-Umlage. Ein Prozentsatz der Kosten jeder unabhängigen Produktion ging an Pact.“⁴⁸ Diese Vorgehensweise verschaffte dem Verband die finanziellen Mittel um angemessen agieren zu können. Er vertritt die wirtschaftlichen Interessen der unabhängigen Produzenten und verhandelt über die „Terms of Trade“ mit den jeweiligen Fernsehanstalten. Diese „Terms of Trade“ basieren auf den „Codes of Practice“, welche als rechtliche Grundlage dienen.⁴⁹ PACT war unter anderem maßgeblich daran beteiligt, dass unabhängige Produzenten in Großbritannien die Verwertungsrechte an ihren Produktionen behalten können und diese nicht mittels „Total-Buy-Outs“ an die Sender abtreten müssen. In Deutschland sind dieses „Total-Buy-Out“-Verträge standardmäßig verwendet. Sie sprechen dem Auftraggeber, also dem Sender, jegliche Rechte an einer Produktion zu. Der Produzent muss also in Deutschland alle Sende- und Ver-

⁴⁶ vgl. Fröhlich, 2010: S. 189

⁴⁷ BBC (2015): Governing the BBC

⁴⁸ vgl. Vgl. Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung

⁴⁹ vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 323

wertungsrechte an den Auftraggeber abgeben. Somit war PACT maßgeblich an der Umstrukturierung der britischen Fernsehlandschaft beteiligt und steht bis heute in stetigem Kontakt mit den öffentlich-rechtlichen Fernseheinrichtungen. Mittlerweile zählt der Verband ca. 500 unabhängige Firmen zu seinen Mitgliedern.⁵⁰

PACT kann noch am ehesten als das britische Pendant zu der deutschen Produzentenallianz gesehen werden. In den Zeiten der Liberalisierung konnten sie ihre Verhandlungsmacht soweit stärken, dass sie heute einer der wichtigsten Vertreter der unabhängigen Produktionsbranche sind. Allerdings wird auch hier deutlich, dass der unabhängige Produktionssektor in Großbritannien wesentlich differenzierter betrachtet wird, als in Deutschland.⁵¹ Während die Produzentenallianz sowohl abhängige als auch unabhängige Unternehmen zu ihren Mitgliedern zählt, vertritt PACT nur die Interessen der „Indies“. Doch vor allem die Kontrolle durch die Aufsichtsbehörde ist ein wesentlicher Unterschied zum deutschen Mediensystem. Für die Kontrolle des Finanzbedarfs ist hierzulande die KEF zuständig und ähnlich wie der BBC Trust, vertreten die Rundfunkräte die Meinung der Öffentlichkeit. Jedoch gibt es momentan noch keine vergleichbare Kontrollbehörde, welche die Auftragsvergabe der öffentlich-rechtlichen Sender aktiv beurteilt. Daraus erfolgt das hohe Maß an Intransparenz der deutschen Rundfunkanstalten, da sie keiner Behörde Rechenschaft über derlei Aktivitäten schuldig sind.

⁵⁰ vgl. Pact (2015): About us

⁵¹ vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 328

6. Situation unabhängiger Produktionsunternehmen in Deutschland

Im Vergleich zu abhängigen Produzenten werden die Nachteile unabhängiger Produktionsunternehmen in Deutschland deutlich. 2012 erreichten senderabhängige Produzenten einen Jahresoutput von 3351 Sendeminuten. Im Vergleich dazu kamen unabhängige Firmen auf ein durchschnittliches Jahresvolumen von gerade mal 566 Minuten. Somit produzierten abhängige Unternehmen fast sechsmal so viele Sendeminuten. Diese Entwicklung begründet Horst Röper in der FORMATT-Studie vor allem mit den fehlenden Kapitalverflechtungen der unabhängigen Produktionsfirmen. Bei risikoreichen Auftragsproduktionen fehlen ihnen das nötige Kapital, um derartige Projekte durchführen zu können. Während im Filmbereich Möglichkeiten wie Filmförderungen beantragt werden können, sind derlei Unterstützungen für Fernsehproduktionen nicht vorhanden.⁵² Bereits 2006 kritisierten Sabine Elbing und Helmut Voelzkow diesen Wettbewerbsnachteil. Aufgrund der veränderten Kreditbedingungen von Geldinstituten durch Basel II, hätten abhängige Produzenten deutlich bessere Chancen, Kredite für Risikoproduktionen zu erhalten, da sie zu einem kapitalstarken Medienkonzern gehören.⁵³ Durch die eingeführte Basel II-Regelung wurden Banken dazu verpflichtet, bei der Vergabe von Krediten Eigenkapital zu hinterlegen. Dabei richtet sich die Summe des einzubringenden Eigenkapitals nach dem Risiko, das der Kreditnehmer mit sich bringt. Somit haben Banken ein deutlich geringeres Interesse, risikoreiche Kredite zu vergeben, da mehr ihres Eigenkapitals hinterlegen müssen und ihnen dieses für die Zeit des Kredits nicht zur Verfügung steht. Abhängige Produzenten haben durch diese Regelung also einen deutlichen Vorteil, da sie im Hintergrund einen eigenkapitalstarken Sender haben. Die Produktionen werden von den Banken als risikoärmer eingestuft. Unabhängige Produzenten können oftmals kein derartiges Eigenkapital aufweisen. Kreditinstitute verweigern somit häufiger Kreditanträge. Wie jedoch bereits angesprochen haben unabhängige Produzenten durch die standardisierten Total-Buy-Out ihrer Produktionen keine Möglichkeit langfristig ihre Vermögenswerte zu stärken. Zudem ist eine eindeutige Risikobewertung für audiovisuelle Produktionen nicht möglich. Der Wert einer Produktion hängt letztlich von der Akzeptanz bei den Konsumenten, also den

⁵² vgl. Röper, 2014: S. 559

⁵³ vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 325

Zuschauern ab. Die Nachfrage nach einer Produktion kann vorab schwer kalkuliert werden, da anders, als in anderen Wirtschaftsbereichen keine eindeutigen Parameter verwendet werden können. In der Automobilindustrie könne beispielsweise bestimmte Qualitätsanforderungen analysiert werden und ergeben eine klare Vorgabe zur Produktionsstrategie. Hingegen bei einem Hollywood-Film zum Beispiel ist ein hoher Produktionsaufwand nicht automatisch Garant für einen Erfolg des Films bei den Rezipienten. Die Faktoren sind wesentlich variabler.⁵⁴ Banken können daher das Risiko einer Produktion ohnehin schlechter abschätzen, was in Verbindung mit einem schwachen Eigenkapital der unabhängigen Produzenten, die Chancen auf einen Kredit minimiert.

Ein weiterer Nachteil ergibt sich aus dem Verkauf der Erst- und Zweitverwertungsrechte. Wie bereits erwähnt werden in Deutschland seit den achtziger Jahren bei Auftragsproduktionen meist Total-Buy-Out-Verträge verwendet. Doch mit der zunehmenden Verwertung von Inhalten über Online-Plattformen, änderten sich zunehmend die Bedingungen für den Vertrieb von Produktionen, wobei jedoch die rechtliche Grundlage bestehen blieb. Produzenten sehen ihre Arbeit nicht mehr zur Genüge vergütet und fordern mit Nachdruck eine Anpassung der Rahmenbedingungen an die veränderten Zustände. Dies hat in den letzten Jahren zu einer immer lauterem Diskussion über den Rechteverbleib von Fernsehproduktionen geführt. Bis jetzt werden Auftragsproduktionen von den Sendern an Produktionsfirmen vergeben und „vollfinanziert“. Wobei auch bei dieser „Vollfinanzierung“ nicht erstattungsfähige Kosten für den Produzenten entstehen, beispielsweise bei der redaktionellen Recherche und Entwicklung von Stoffen. Hier muss der Produzent jedoch trotzdem dauerhafte Kosten wie Personalgehälter, Telefonkosten und Büromieten vorleisten. Erst wenn ein Stoff vom Sender angenommen wurde, erhält der Produzent Geld für die Ausarbeitung und Produktion des Stoffes.⁵⁵ Wird ein Konzept vom Sender angenommen werden zunächst die Herstellungskosten errechnet, also jene Kosten welche explizit für die jeweilige Produktion aufkommen. Darunter fallen Kosten für Gagen, technisches Equipment, Catering, Fahrtkosten usw. Auf diese Herstellungskosten werden anschließend pauschal 6 % Handlungsunkosten aufgeschlagen. Diese

⁵⁴ Koch-Gombert, Dominik (2005): Fernsehformat und Formattfernsehen: TV-Angebotsentwicklung in Deutschland zwischen Programmgeschichte und Marketingstrategie, München, S. 381

⁵⁵ vgl. promedia (2014): Vom Lizenzmodell würden alle profitieren

sollen dann sowohl die Kosten für die Ausarbeitung des Stoffs, als auch die vorangegangenen Kosten für die Entwicklung von ersten Konzepten und Formattideen decken. Zudem wird auf die Herstellungskosten noch eine Gewinnpauschale von 7,5 % aufgerechnet ⁵⁶ In einem Interview mit dem medienpolitischen Magazin Promedia erklärt Professor Dr. Oliver Castendyk, wissenschaftlicher Direktor der Produzentenallianz, dass seiner Meinung nach diese berechnete Pauschale nicht mehr dem heutigen Produktionsstandard angemessen ist. Seiner Meinung nach gab es zu Beginn der Auftragsproduktion in Deutschland noch völlig veränderte Rahmenbedingungen. Viele Konzepte wurden von den Sendern noch Inhouse erstellt und allein für die Fertigung an ein Produktionsunternehmen weitergeleitet. Heutzutage hingegen ist der Produzent nicht mehr nur für die Umsetzung verantwortlich, sondern eine der treibenden kreativen Kräfte in der Medienproduktion. Daraus ergeben sich für den Produzenten, trotz eigentlich „vollfinanzierter“ Auftragsproduktion, Handlungsunkosten von bis zu 15 %. ⁵⁷ Die Differenz zu den erstattungsfähigen 6% geht folglich zu Lasten der Gewinnpauschale von 7,5 %. Damit wird deutlich, dass der Produzent kaum die geplante Gewinnpauschale erwirtschaften und ergiebige Gewinne aus der Herstellung ziehen kann. Laut der Produzentenallianz 2012 ergibt sich dieser Umstand auch vor allem an den gekürzten Gesamtbudgets. Sender stellen den Produzenten deutlich geringere Budgets für die Produktion von Inhalten zur Verfügung. Durch die festgelegten Prozentsätze für die Handlungsunkosten und den Gewinn, resultiert eine Verringerung der Umsatzrenditen. In 10 Jahren hätten sich somit die Renditen von 58% der TV-Produzenten verringert. Dies lässt sich auch an den gesunkenen Minutenpreisen belegen. In gerade mal 5 Jahren sanken diese um durchschnittlich 25%. Aus der Studie ergab sich weiterhin, dass 32 % der Produzenten eine Umsatzrendite von gerade mal 0 – 5 % haben. 16 % seien mittlerweile sogar schon im Verlustbereich. Diese Entwicklung ergibt sich auch aus der unausgeglichene Auftragsvergabe der öffentlich-rechtlichen Sender. In der Liste der Top 10 Produktionsfirmen finden sich zwar sowohl 5 senderabhängige, als auch fünf unabhängige Produktionsfirmen; jedoch erwirtschaften die Sendertöchter 70 % des Umsatzes der

⁵⁶ Bonhoeffer, Georg (2010): Produktionsleitung für Film und Fernsehen, Was ist das? Wie geht das? Kann ich das (vielleicht) auch?, Hamburg, S.83-85

⁵⁷ vgl. promedia (2014): Vom Lizenzmodell würden alle profitieren

Top 10.⁵⁸ Eine weitere Diskussion spitzte sich nun aktuell zu, da die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, sowie Politik und Bürger eine Abschaffung der sogenannten 7-Tage-Regelung fordern. Diese Regelung wurde im 13. Rundfunkstaatsvertrag festgehalten und besagt, dass Inhalte 7 Tage lang in den Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten gezeigt werden dürfen.⁵⁹ Danach erfolgt der Drei-Stufen-Test, der nach drei Gesichtspunkten prüfen soll, ob Beiträge weiterhin online zur freien Verfügung bleiben können oder entfernt werden müssen. Dieser Drei-Stufen-Test überprüft das Angebot, auf folgende Parameter:

1. *Stufe*: ob es den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht,
2. *Stufe*: in welchem Umfang es in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt und
3. *Stufe*: welcher finanzielle Aufwand hierfür erforderlich ist⁶⁰

Nun wollen Politik und öffentlich-rechtliche Sender diese 7-Tage-Regelung komplett abschaffen. Dies würde bedeuten, dass Produzenten in der Zukunft keine Chance mehr hätten einen angemessenen Anteil aus der Verwertung der VoD-Rechte zu erhalten. Konsumenten könnten sich Serien, Dokumentationen und Filme jederzeit kostenfrei und weltweit über die Mediatheken der Sendeanstalten ansehen. Diese Entwicklung würde einen Vertrieb von DVDs oder der Verwertung von VoD-Rechten komplett hinfällig werden lassen.

Obwohl die europäischen Fernsehrichtlinien einen Anteil von 10% der Haushaltsmittel unabhängigen Produzenten zusprechen, ist diese Quote in keiner Weise gesetzlich verankert worden.⁶¹ So äußert sich der Rundfunkstaatsvertrag zu unabhängigen Produzenten lediglich wie folgt :

„Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten.“⁶²

⁵⁸ vgl. Kressreport (2013): Produzentenstudie 2012, Das große Schrumpfen, 22.02.2013, 2013/4, S.21

⁵⁹ vgl. 13.Rundfunkänderungsstaatsvertrag: §11 Abs.4 RStV

⁶⁰ ZDF (2015): Drei-Stufen-Test

⁶¹ vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 319

⁶² vgl. Rundfunkstaatsvertrag: §6 Abs.2 RStV

Daraus ist ersichtlich, dass es selbst für die EU-Richtlinien keine eindeutige gesetzliche Verankerung gibt. In der Diskussion und Analyse des Produktionssektors stößt man auch immer wieder auf das Thema der Innovation als entscheidendes Kriterium für unternehmerischen Erfolg. Die Autorin Kerstin Fröhlich hebt hervor, dass in den Medien ein besonders hoher Innovationsdruck bestehe. Während in anderen Wirtschaftszweigen Tradition mit Qualität verbunden werde (wie etwa in der Automobilbranche), sei in den Medien der Verbleib bei bereits Bekanntem deutlich negativ bewertet.⁶³ Dem hinzu komme auch ein enormer Aktualitätsdruck. Die angesprochenen Problematiken haben dabei auch einen starken Einfluss auf die Innovationsfähigkeit der Produzenten. Bereits die Grundvoraussetzungen für Innovation sind bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland nicht von vornherein gegeben. So heißt es im Rundfunkstaatsvertrag zum deutschen Rundfunk: „Sein Programm hat der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu dienen“⁶⁴ Durch diversen Interviews mit Rezipienten zeigt Fröhlich, dass nach Meinung der Zuschauer, die ARD keine wirklich vielfältiges und kreatives Programm bietet. Als Grund dafür, wird dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk immer wieder vorgeworfen, Produktionen entweder über abhängige Produzenten oder über eine begrenzte Anzahl unabhängiger Firmen erstellen zu lassen. Derlei enge Beziehungen kämen schon fast einer Auslagerung der Senderredaktionen gleich. In diesen Strukturen liegt bereits ein wesentliches Innovationshindernis, das es vor allem unabhängigen Produzenten schwer macht sich im öffentlich-rechtlichen Sektor als Programmlieferant zu etablieren.⁶⁵ Der Innovationsprozess hat sich dahingehend verschoben, dass immer weniger Entwicklungsverträge zwischen Sendern und Produzenten abgeschlossen werden. D.h. Produktionsunternehmen entwickeln unabhängig vom Sender Konzepte, welche sie anschließend in ausgearbeiteter Form der jeweiligen Sendeanstalt vorlegen. Das Problem dieses Vorgangs liegt darin, dass die gesamte Entwicklungsphase vom Sender nicht vergütet wird, sondern als Vorleistung des Produzenten zählt. Erst nach dem

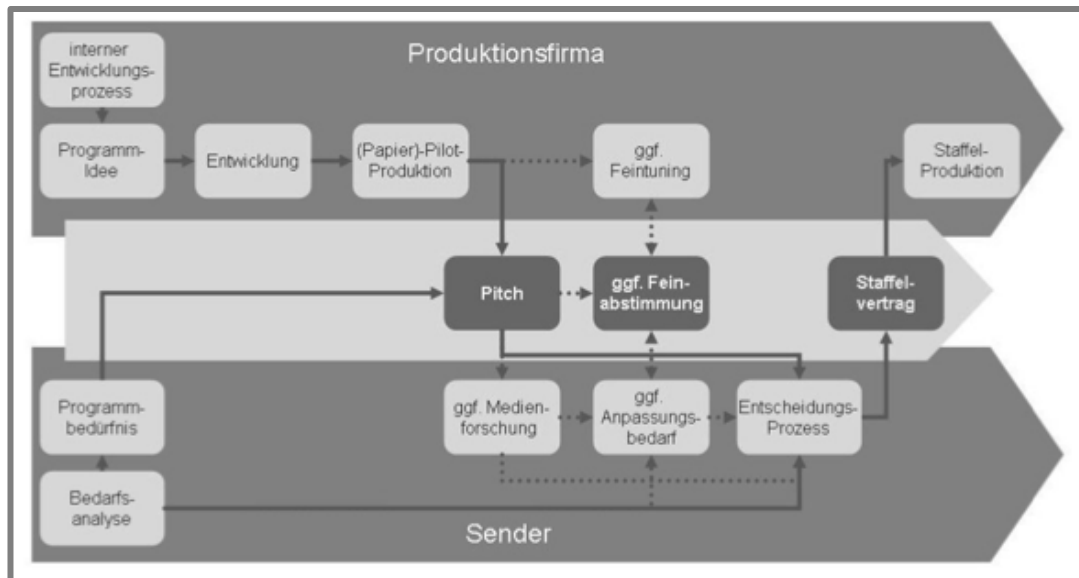
⁶³ vgl. Fröhlich, 2010: S. 29

⁶⁴ Rundfunkstaatsvertrag: §11 RStV

⁶⁵ vgl. Fröhlich, 2010: S. 260

Pitch bietet der Sender eventuell einen Produktionsvertrag an, der dann aber trotzdem ein „Total-Buy-Out“ der gesamten Produktion verlangt.⁶⁶

Abbildung 3: Der Prozess der unabhängigen Entwicklung und Auftragsproduktion



Quelle: Fröhlich, Kerstin (2010): Die Innovationslogik der deutschen TV-Unterhaltungsproduktion, in Lantzs, Katja; Altmeppen, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden, S.124

Während früher also noch Entwicklung und Produktion vergütet wurden, müssen heutzutage die anfallenden Kosten durch die erwähnte Handlungsunkostenpauschale gedeckt werden. Da diese sich jedoch in den letzten Jahrzehnten nicht verändert hat, wird deutlich, warum Produzenten sich über immer geringere Gewinnmargen beklagen. Aus den genannten Interviews geht hervor, dass viele unabhängige Produzenten im Prinzip großes Interesse an Innovation und der Entwicklung eigener Sendungen und Formate haben.⁶⁷ Diese bringen allerdings ein erhöhtes Risiko mit sich, da von mehr Konzepten weniger von den Sendern ausgewählt werden würden. Die Kosten während dieser ganzen Entwicklungsphase sind gerade für unabhängige Produzenten auf Dauer nicht tragbar. Es geht zeigt sich also, dass es für unabhängige Produktionsunter-

⁶⁶ vgl. Fröhlich, Kerstin (2010): Die Innovationslogik der deutschen TV-Unterhaltungsproduktion, in Lantzs, Katja; Altmeppen, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden,

⁶⁷ Fröhlich, 2010: S. 124

nehmen diverse Innovationshürden gibt, die durch die aktuellen Rahmenbedingungen entstehen.

7. Situation unabhängiger Produktionsunternehmen in Großbritannien

Die Marktkonstitution von unabhängigen Produzenten in Großbritannien konnte durch einige regulative Eingriffe seitens des Staates oder der Verbände in den letzten Jahren deutlich verbessert werden. So konnten unabhängige Produktionsfirmen den Umsatz durch „Primary UK Commission“ von 2008 konstant bei 1,5 Milliarden Pfund halten, bzw. diesen im Jahr 2013 auf 1,6 Milliarden Pfund erhöhen. Doch vor allem im Bereich „Other international Income“ ist eine Umsatzsteigerung von 279 Millionen Pfund im Jahr 2008 auf 755 Millionen Pfund im Jahr 2013 zu erkennen.⁶⁸ Zunächst führte die bereits in „4. Liberalisierung des Fernsehsektors“ angesprochene Quotenregulierung zu einem erheblichen Wachstum der unabhängigen Produktionsbranche.⁶⁹ Laut der FORMATT-Studie stagniert das Wachstum der unabhängigen Produktionsbranche in Deutschland in den letzten 10 Jahren. Bei Schwankungen von Auftragsproduktionen ist durch die Quotenvorgabe in Großbritannien stets gewährleistet, dass mindestens 25% der „qualifying programs“ von unabhängigen Produzenten erstellt wird. Die EU-Fernsehrichtlinien „Fernsehen ohne Grenzen“ geben eine Auftragsquote für Produktionen von unabhängigen Produzenten von 10% vor. Diese Quote wurde von der britischen Regierung somit landesintern noch einmal erhöht, um die Vielfalt in der Programmbeschaffung zu sichern. Hinter Frankreich zählt Großbritannien zum schärfsten Verfechter der Quotenregulierung.⁷⁰ Ein weiterer positiver Unterschied ist die Vergütung der Produktionen. Wie beschrieben führten die vorgeschriebenen Prozentsätze von 6 % Handlungsunkosten und 7,5 % Gewinn⁷¹ zu einer Senkung des Minutenpreises. Eine derartig starre Berechnungsbasis existiert in Großbritannien nicht mehr. Stattdessen werden Gewinne und Handlungsunkosten individuell für die Produktionen verhandelt. Der durchschnittliche Gewinn für britische Produzenten beläuft

⁶⁸ Pact (2013): TV-related revenue of independent producers in the United Kingdom (UK) from 2008 to 2013, by source (in million GBP), in: Statista

⁶⁹ Tempest; Starkey; Barnatt, 1997: S. 42

⁷⁰ vgl. Fröhlich, 2010: S. 195

⁷¹ vgl. promedia (2014): Vom Lizenzmodell würden alle profitieren

sich ebenfalls auf 7-8 %, allerdings bereits unter Berücksichtigung der steigenden Handlungsunkosten.⁷² Theoretisch erzielen deutsche und britische Produktionsunternehmen also die gleichen Gewinne. Wie jedoch bereits festgestellt muss in Deutschland die Differenz der Handlungsunkosten vom Unternehmen getragen werden und mindert somit den Gewinn. Zudem ist der Rechteverbleib in Großbritannien durch den Communications Act und den Verhandlungen zwischen Pact und den Sendeanstalten klar geregelt. Trotz Vollfinanzierung der Produktionen erhalten die Sender nur die Lizenzrechte für die „Primary Rights“. Diese beinhalten eine begrenzte Ausstrahlungsanzahl in einem beschränkten Zeitrahmen. Die weiteren Verwertungsrechte, die sogenannten „Secondary Rights“, wie die VoD-Rechte verbleiben beim Produzenten. Hat der Sender zusätzlich Interesse den Content online zur Verfügung zu stellen, werden diese Lizenzen separat vergütet.⁷³ Einen weiteren wesentlichen Unterschied gibt es bei der Unterstützung von Innovationsprozessen. Anders als in Deutschland beinhaltet die Royal Charter (quasi der britische Rundfunkstaatsvertrag) einen expliziten Paragraphen über Kreativität und Innovation, als einer der zentralen Punkte des Rundfunkauftrags. So wird unter anderem als ein eindeutiges Ziel „stimulating creativity and cultural excellence“⁷⁴ genannt. Somit ist die Unterstützung einer aktiven Kreativwirtschaft sogar gesetzlich gesichert und bildet somit eine deutlich spezifischere Grundlage als in Deutschland. In den geführten Interviews von Kerstin Fröhlich beschreiben die Befragten sowohl die BBC als auch Channel 4 „als risikofreudige und innovationsorientierte Auftraggeber ein“.⁷⁵

⁷² vgl. Fröhlich 2010: S. 343

⁷³ vgl. Fröhlich, 2010: S. 346

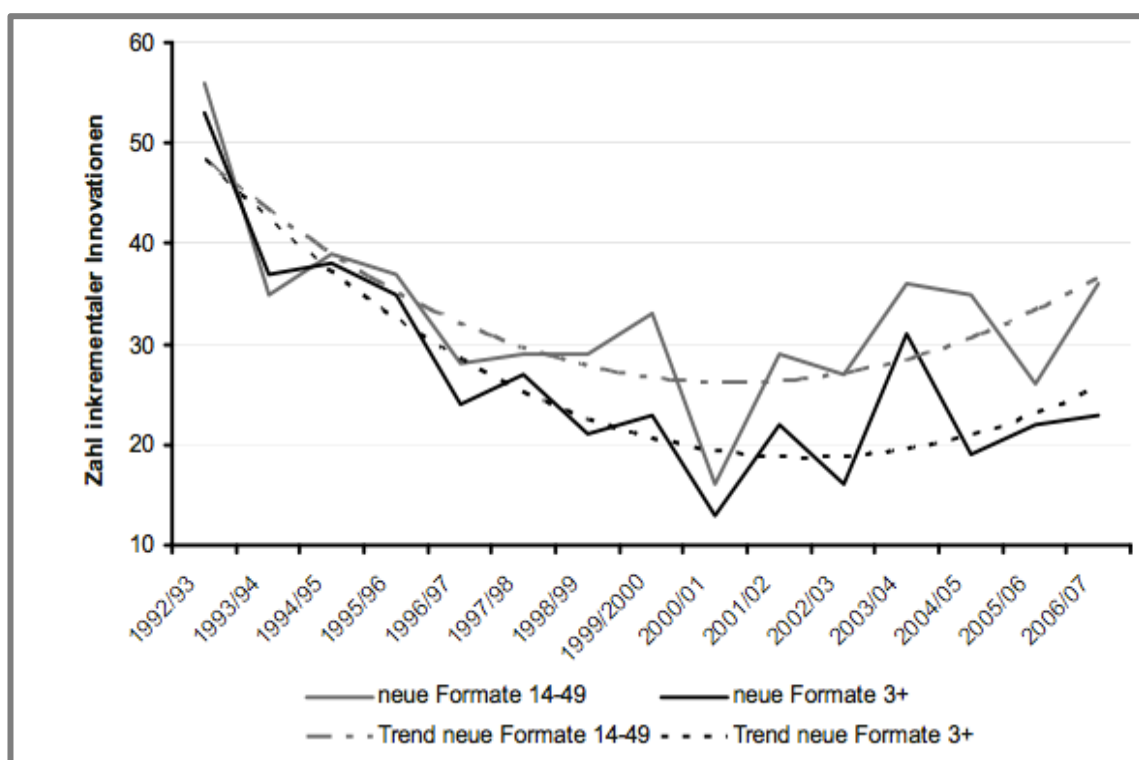
⁷⁴ Royal Charter: RC § 4

⁷⁵ Fröhlich, 2009: S. 279

8. Formathandel

Als weiterer, wesentlicher Unterschied zwischen der deutschen und der britischen Medienwirtschaft ist auch der Formathandel zu nennen. Nach einer Erhebung von Christian Zabel sank die Innovation für Formate seit 1992 rapide. Die Innovation misst er dabei an der Anzahl erstausgestrahlter Top-100-Formate. Daraus geht hervor, dass die „Innovationsdynamik“ bis 2000 bzw. 2001 drastisch abnahm und auch seitdem nicht mehr den Wert der neunziger Jahre erreicht.⁷⁶

Abbildung 4: Entwicklung der inkrementalen Innovationsdynamik 1992-2007

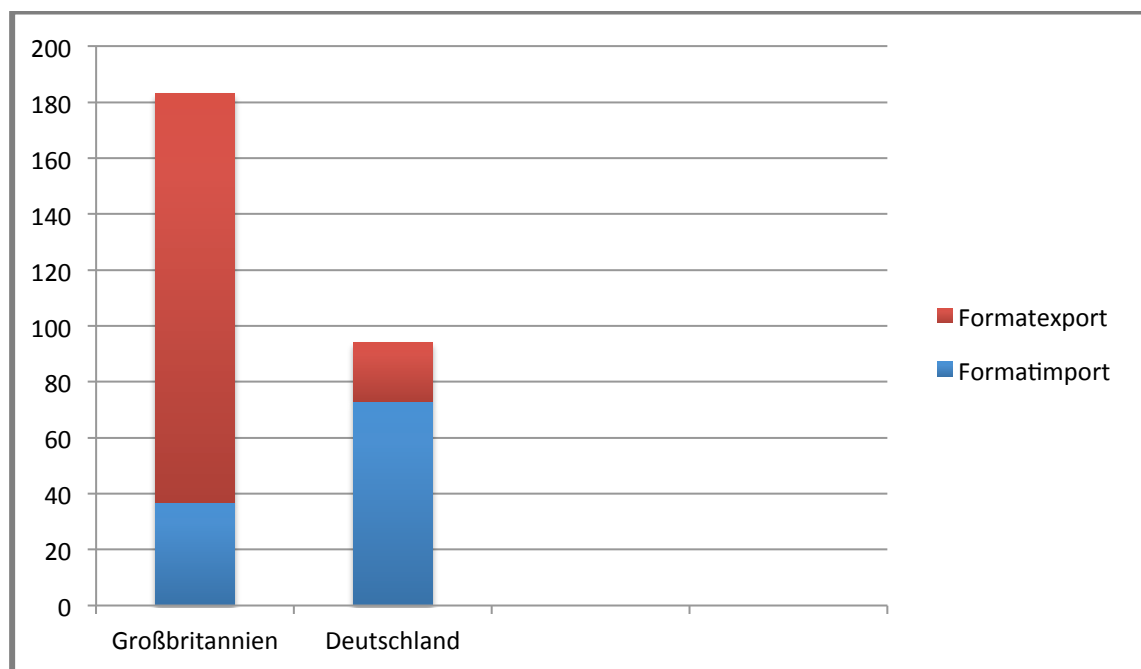


Quelle: Zabel, Christian (2010): Schumpeter meets DSDS. Eine empirische Analyse der Innovationsmuster im Wettbewerb des deutschen TV-Produktionssektors 1992-2007, in Lantzsich, Katja; Altmeppen, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden, S. 107

⁷⁶ vgl. Zabel, Christian (2010): Schumpeter meets DSDS. Eine empirische Analyse der Innovationsmuster im Wettbewerb des deutschen TV-Produktionssektors 1992-2007, in Lantzsich, Katja; Altmeppen, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden, S. 107

Die schwächer werdende Entwicklung neuer Formate zeigt sich auch bei einer Auswertung von Katja Lantzsch. Während der deutsche Formatverkauf, besonders ins Ausland eher schwach ausfällt, gilt Großbritannien als Marktführer des internationalen Formatexports.⁷⁷ Im Jahr 2009 exportierten die Briten 146 Formate, kauften aber selbst nur 37 ein. Im Vergleich dazu exportierte Deutschland gerade mal 21 Formate, importierte aber dafür 73.

Abbildung 5: Formatimport und -export in Deutschland und Großbritannien



Quelle: Eigene Darstellung

Bei einem Ranking der 10 erfolgreichsten Shows in Deutschland, gemessen nach den Zuschauerzahlen von Januar bis November 2014, werden fünf britische Formate genannt. Auf den unteren Plätzen stehen zunächst auf Platz 8 die Tanzshow „Lets Dance“ (Original: Strictly come dancing) mit 5,58 Millionen Zuschauern und auf Platz 7 das Castingformat „Deutschland sucht den Superstar“ (Original: Pop Idol). Den fünften Platz belegt das Format „Bauer sucht Frau“ (Original: Farmer Wants a Wife) mit einer Zuschauerzahl von 6,54 Millio-

⁷⁷ Lantzsch, Katja (2008): Der internationale Fernsehformathandel: Akteure, Strategien, Strukturen, Organisationsformen, Wiesbaden, S.104

nen. Auf dem dritten Platz folgt die Quizshow „Wer wird Millionär?“ (Original: Who Wants to Be a Millionaire?) mit einer Einschaltquote von 7,68 Millionen Zuschauern. Und auch der zweite Platz ist durch ein britisches Format belegt, nämlich die Reality-Show „Ich bin ein Star – holt mich hier raus“ (Original: I’m a Celebrity - Get me out of here!) mit 8,68 Millionen Zuschauern. Eine höhere Quote erreichte nur noch der Eurovision Song Contest am 10. Mai 2014.⁷⁸ Die Hälfte der erfolgreichsten Show-Formate kommen demnach aus Großbritannien und wurden von deutschen Sendern eingekauft. Ein Format ist ein Konzept für eine Entertainment-Show, Serie usw. sein, welches die spezifischen Merkmale der jeweiligen Sendung beschreibt. Dabei liegt die spezifische Zusammensetzung einzelner Grundelemente vor, deren individuelle Abfolge den einzigartigen Charakter des Formats bildet. Diese Grundform wird verwendet, um die Sendung seriell zu produzieren.⁷⁹ Ein Format kann in drei Entwicklungsstufen unterschieden werden. Zu Beginn existiert nur das „paper format“, also ein rein theoretisches Konzept für eine TV-Sendung. Diese erste Form ist, wie später noch erläutert wird, nicht durch das Urheberrecht schützbar. Die zweite Stufe ist das „TV programme format“, sprich die tatsächlich entwickelte Sendung. Die letzte und für den Handel wohl entscheidendste Stufe ist das „TV package format“. In diesem „Paket“ sind sowohl die Grundbausteine für das entsprechende Format enthalten, als auch die nötigen marktrelevanten Informationen für die Adaption.⁸⁰ Damit die eindeutigen Merkmale eines Formats auch bei ausländischen Produktionen gewährleistet werden können, werden beim Lizenzvertrieb Vereinbarungen über spezifische Ausstattungsmerkmale, die genaue Inszenierung und Präsentation des Formats getroffen.⁸¹ Diese Spezifika werden gesammelt in der sogenannten Produktionsbibel festgehalten. Des Weiteren enthält diese „Bibel“ Marktanalysen, Budgets und mögliche Problematiken.⁸² Daraus wird bereits ersichtlich, dass der Kauf einer Formatlizenz wesentlich risikoärmer eingestuft werden kann, da bereits umfangreiche Marktanalysen vorliegen und die Chance auf Erfolg deutlich besser abgeschätzt werden kön-

⁷⁸ Focus (2015): Ranking der Shows mit den meisten Zuschauern in Deutschland von Januar bis November 2014, in: Statista

⁷⁹ Koch-Gombert, 2005: S. 27f

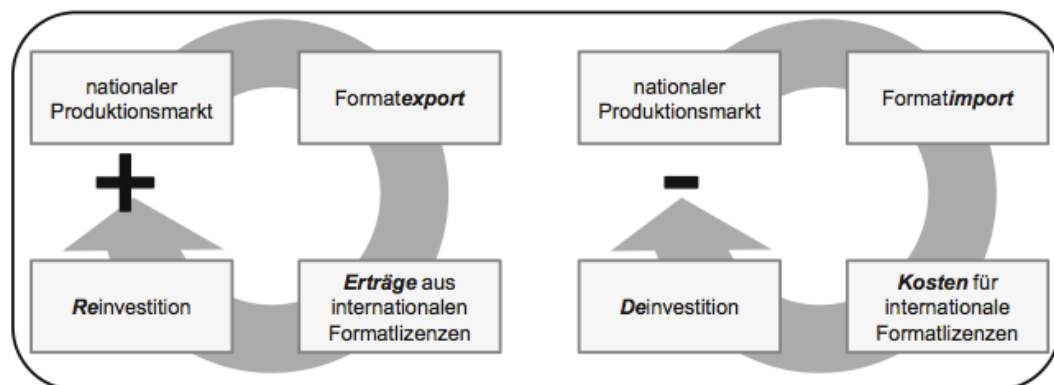
⁸⁰ Lantzsich, 2008: S. 124

⁸¹ Lantzsich, 2008: S. 123

⁸² Lantzsich, 2008: S. 213

nen. Ein konkretes Beispiel für ein erfolgreiches Format ist die Quizshow „How Wants to Be a Millionaire?“ aus Großbritannien, das bis 2009 in 108 Länder exportiert wurde. Ein weiteres britisches Beispiel ist auch das Format „Pop Idol“, das bis 2009 in 42 Länder verkauft wurde.⁸³ Auch in Deutschland wurde die Lizenz für dieses Konzept eingekauft und ist uns besser bekannt unter dem Namen „Deutschland sucht den Superstar“. Der internationale Handel mit Formaten führt zu positiven Auswirkungen auf dem nationalen Markt. Durch den Export von Formaten werden neue Finanzmittel erwirtschaftet, die wiederum in den heimischen Markt zurückgeführt werden können. Dieser positive Kreislauf stärkt die nationale Kreativität und schafft einen Anreiz für eine erhöhte Innovationsleistung im Heimatmarkt. Neben den tatsächlich erwirtschafteten Erlösen aus Erst- oder Zweitverwertungsrechten, ergeben sich zusätzlich mögliche Erlöse aus der Lizenzierung von Formatkonzepten. Andersherum kann der Formatimport, also der Einkauf internationaler Konzepte zu einer Schwächung des eigenen Marktes führen. Die finanziellen Mittel werden in einen ausländischen Markt investiert. Dies führt zur Senkung der eigenen kreativen Produktivität und macht den weiteren Einkauf von internationalen Konzepten notwendig.

Abbildung 6: Formathandel und nationaler Produktionsmarkt



Quelle: Fröhlich, Kerstin (2010): Innovationssysteme der TV-Unterhaltungsproduktion. Comparative Analyse Deutschlands und Großbritanniens, Wiesbaden, S.170

⁸³ Freemantle Media (2010): Die zehn erfolgreichsten TV-Formate weltweit nach der Anzahl der Exporte von 1997 bis 2009, in: Statista

Das deutsche Urheberrecht definiert „persönliche geistige Schöpfungen“ als schützbar.⁸⁴ Dieser Schutz gilt allerdings nicht, wenn ein Werk nur als Vorlage zur Entwicklung eines Stoffes gedient hat. Somit können bereits bestehende Formate beliebig modifiziert und produziert werden, ohne dass eine Urheberrechtsverletzung vorliegt. Das heißt Konzepte für eine explizite TV-Sendung sind schützbar, nicht aber die bloße Idee für ein Format. Des Weiteren fallen auch produzierte Formate nicht unter das Urheberrecht, da es sich um eine bloße Anleitung für eine Sendung handelt, die vom Inhalt losgelöst ist.⁸⁵ Ein gutes Beispiel hierfür wären wohl die diversen Castingshows wie „Deutschland sucht den Superstar“, „Popstars“ oder „Supertalent“. Alle drei Formate beinhalten eine Jury und eine Vielzahl von Bewerbern, die ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen. Hat ein Bewerber überzeugt, durchläuft er eine bestimmte Anzahl von Runden, in denen er sich gegen seine Konkurrenten durchsetzen muss. Diese Idee einer Castingshow ist generell nicht durch das Urheberrecht schützbar, sehr wohl aber eine konkrete Ausarbeitung als Konzeptpapier oder Exposé. Darin werden sozusagen die Alleinstellungsmerkmale des Formats beschrieben, wie z.B. Besetzung der Jury, Anzahl und Aufbau der Runden usw. Auch durch das Markenrecht kann das Format nur teilweise geschützt werden, wie z.B. Farbzusammensetzung, Logos, Hörzeichen etc. Diese können beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen werden.⁸⁶ Rein theoretisch könnten also deutsche Akteure, internationale Formatkonzepte „klauen“ und würden dafür nicht rechtlich belangt werden, da das Territorialprinzip gilt. Urheberrechtsverletzungen richten sich dabei nach der Rechtsgrundlage des Landes, in dem der Verstoß begangen wurde. Somit hätten deutsche Sender und Produzenten die Möglichkeit internationale Formate zu adaptieren, ohne Lizenzgebühren zu entrichten. Allerdings erkennen sie trotzdem ein Urheberrecht internationaler Formate an, da sie mit ausländischen Sendern und Produzenten nicht nur Formatrechte, sondern auch Programmlizenzen handeln. Um diese Handelsbeziehungen nicht zu gefährden, gestehen deutsche Medienunternehmen internationalen Formaten einen gewissen Urheberrechtsschutz zu. Die Krux an dieser Vorgehensweise liegt dabei allerdings an dem Umgang mit nationalen

⁸⁴ Urheberrecht: UrhG §2 Abs. 2

⁸⁵ Lantzsch, 2008: S. 175

⁸⁶ vgl.Koch-Gombert, 2005: S. 393

Konzepten. Entwickelt ein deutscher Produzent ein Format, ist dieses weiterhin nicht durch das Urheberrecht geschützt und kann von anderen kostenfrei verwendet werden. Somit gibt es für Produzenten in Deutschland keinerlei Anreiz neuartige Konzepte zu entwickeln, da sie keinen Rechtsanspruch auf die entwickelten Ideen haben.⁸⁷ Das Grundproblem dabei liegt also vor allem an einer fehlenden rechtlichen Definition von Formaten und ihrer Schutzansprüche. Im internationalen Rahmen ist die FRAPA (The Format Recognition and Protection Association) ein Selbstregulierungsversuch, um diese rechtliche Lücke zu schließen. Sie ist eine Art Ombudsmann beim Formathandel zwischen ihren Mitgliedern. Somit wird versucht einen globalen Standard zu etablieren, der den Kauf und Verkauf von Formaten reguliert.⁸⁸ In Großbritannien existiert der Copyright, Designs and Patents Act (CDPA) der das Urheberrecht regelt. Anders als in Deutschland werden schützbares Werke bestimmten Kategorien zugeordnet. Doch auch hier sind Formate nicht eindeutig einer Kategorie zuzuweisen und können daher nicht in vollem Umfang geschützt werden. Allerdings hat sich für den nationalen Formathandel ein gewisser Verhaltenskodex unter den Produzenten etabliert, nachdem britische Akteure auch untereinander ein Formatrecht respektieren. Diese Regelungen können teilweise noch von Institutionen wie der Ofcom unterstützend kontrolliert werden.⁸⁹ Dadurch zeigt sich, dass in Großbritannien auch unter den Produzenten eine wesentlich stärkere Solidarität herrscht, was sich letztlich auch positiv auf Kreativität und Innovation auswirken mag.

⁸⁷ vgl. Lantzsich, 2008: S.176

⁸⁸ vgl. FRAPA: Code of Conduct

⁸⁹ vgl. Fröhlich, 2009: S. 186

9. Lösungsansätze

9.1 Eckpunktepapier der Fernsehauftragsproduktion

2009 legten die ARD-Landesrundfunkanstalten gemeinsam mit der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernseh e.V. auch für die deutsche Film- und Fernsehproduktion „Terms of Trade“ fest. Dieses Eckpunktepapier mit den darin beschlossenen Regulierungen wurde zunächst bis 2014 verlängert. Ende des letzten Jahres stimmte die Produzentenallianz einer weiteren Verlängerung um ein Jahr bis zum 21. Dezember 2015 zu. Die Beschlüsse sollen aber weiterhin eher als Übergangslösung dienen, bis eine endgültige Regelung für die Auftragsvergabe der öffentlich-rechtlichen Sender gefunden wird.⁹⁰ Dieses Eckpunktepapier manifestiert die vertraglichen Rahmenbedingungen bei Auftragsproduktionen zwischen den ARD-Landesrundfunkanstalten und den Produzenten, zu den Themen Anwendungsbereich, Erlösbeteiligung, Rechteverwertung, Kalkulationsposten und Zahlungsplan. Diese werden im Folgenden erläutert und diskutiert.

Die Anwendung dieser Eckpunkte erfolgt nur bei Auftragsproduktionen zwischen den Landesrundfunkanstalten der ARD und den Mitgliedern der Produzentenallianz. Unter den mittlerweile 220 Mitgliedern der Produzentenallianz finden sich neben vielen senderunabhängigen Produktionsfirmen auch diverse abhängige Produzenten, wie zum Beispiel die Bavaria Film GmbH. So hält die WDR Media Group, die kommerzielle Tochtergesellschaft des Westdeutschen Rundfunks, 33,35 % an der Bavaria Film GmbH.⁹¹ Zudem finden sich viele Tochterfirmen der Bavaria Film GmbH unter den Mitgliedern der Produzentenallianz. Diese sind zum Beispiel die Bavaria Entertainment GmbH (100%), die Bavaria Fernsehproduktion GmbH (50%), die Askania Media Filmproduktion GmbH (90%) und die Satel Film GmbH (55%).⁹² Dieser Umstand wird von Sabine Elbing und Helmut Voelzkow in ihrer Untersuchung „Marktkonstitution und Regulierung der unabhängigen Film- und Fernsehproduktion – Staat, Verbände und Gewerkschaften im deutsch-britischen Vergleich“ als deutlicher Nachteil angesehen. Sie sind der Meinung, dass durch die Mitgliedschaft sowohl von abhängigen, als auch unabhängigen Produzenten, ein Interessenskonflikt in-

⁹⁰ vgl. ARD (2014): ARD und Produzentenallianz verlängern Eckpunktevereinbarung

⁹¹ vgl. Bavaria Film GmbH (Hrsg): Die Gesellschafter

⁹² vgl. Bavaria Film GmbH (Hrsg): Tochter- und Beteiligungsfirmen

nerhalb des Verbandes besteht. Verhandlungen könnten aufgrund dieser Strukturen nur mäßige Erfolge verzeichnen.⁹³ Nach Meinung der Verfasserin ist jedoch allein die Tatsache, dass die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten mit einem Produzentenverband verhandeln als Erfolg zu betrachten. Da die Mehrheit der Mitglieder der Produzentenallianz unabhängige Unternehmen sind, profitieren diese deutlich von den vereinbarten Rahmenbedingungen dieses Eckpunktepapiers. Der erste Schritt zu einem gemeinsamen Konsens wurde somit geschaffen und die anhaltenden Verhandlungen lassen auf eine weitere Erörterung und Ausarbeitung dieser Thematik hoffen. Ähnlich wie die „Terms of Trade“ in Großbritannien könnte somit eine allgemein gültige Vertragsbasis geschaffen werden. Diese allgemein geltenden Bedingungen werden in dem Eckpunktepapier bereits teilweise festgelegt. Die wohl für die Produzenten wichtigsten Punkte sind dabei die Erlösbeteiligung an ihren hergestellten Produktionen, sowie die Frage nach der Rechteverwertung. Nach aktuellem Stand werden die Produzenten mit 16% an allen Bruttoerlösen beteiligt. Dabei wird allerdings bei der jeweiligen Verwertungstochter eine Bruttoerlösreduktion von 35 % vorgenommen, um die Kosten für die internationale Aufbereitung der Produktion decken zu können.⁹⁴ Bei einem hypothetischen Bruttoerlös von als 100.000 € würden also beim Beginn des Vertriebsvorgangs zunächst 35.000 € abgezogen werden. Vom neuerrechneten Bruttoerlös würde der Produzent dann letztlich 10.400 € erhalten.

Der wohl am schärfsten diskutierte Punkt zwischen Produzenten und Sendern ist der Verbleib der Verwertungsrechte. Durch die meist 100-prozentige Finanzierung der Auftragsproduktionen durch die Sendeanstalten, rechtfertigen diese Total-Buy-Out-Verträge, die ihnen die gesamten Verwertungsrechte an dem jeweiligen Material zusichern.⁹⁵ Diese Total-Buy-Out Regelung besteht auch zum Großteil weiterhin, wurde jetzt aber durch das Eckpunktepapier zeitlich begrenzt. So besagt die Eckpunktevereinbarung, dass Produzenten nach einer Frist von 5 Jahren die Möglichkeit haben, ein Verwertungsinteresse gegenüber dem Sender zu äußern, sofern dieser in dem genannten Zeitrahmen keine Ver-

⁹³ ⁹³ vgl. Elbing; Voelzkow, 2006: S. 334

⁹⁴ vgl. Produzentenallianz (o.Jhg): Eckpunkte für die vertragliche Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedern der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. und den ARD-Landesrundfunkanstalten bei dokumentarischen Produktionen

⁹⁵ vgl. Lantzsch, 2008: S.

wertung der Rechte vorgenommen hat.⁹⁶ Durch die Total-Buy-Outs der Produktionen erwerben die Sender zudem auch die kompletten Video-on-Demand-Rechte. Der bislang größte Erfolg der Rechtediskussion ist eine Änderung der VoD-Rechte bei, von der Filmförderungsanstalt geförderten Spielfilmen, Ende 2008. Dabei einigten sich ARD und ZDF gemeinsam mit der Allianz deutscher Produzenten auf folgende „Terms of Trade“:

„Die Vereinbarungen, die Teil der von der Filmförderungsanstalt (FFA) mit beiden Sendergruppen abzuschließenden neuen Gemeinschaftsabkommen werden sollen, sehen vor, dass die Produzenten die Chancen, die der im Entstehen begriffene Pay-VoD-Markt bietet, künftig nutzen werden können. Die Sender erhalten mit den Free-TV-Rechten lediglich die Free-Video-on-Demand (VoD)-Rechte für sieben Tage nach Erstausstrahlung. ARD und ZDF können die Programme außerdem während der Lizenzzeit nach redaktionellen Angebotskonzepten maximal drei Mal und nur auf eine Dauer von vier Wochen pro Nutzung in ihre Mediatheken einstellen. Eine längere redaktionelle Nutzungsbefugnis muss in einem individuellen Vertrag geregelt werden. Pay-VoD Rechte erhalten die Sender grundsätzlich nur nicht-exklusiv und auch nur dann, wenn sie sich mit substantiellen Beträgen an der Finanzierung der Filme beteiligen.“⁹⁷

Somit findet keine komplette Rechteübertragung an die Sendeanstalten statt, sondern man begrenzt die Online-Nutzungsrechte auf 7 Tage. Nach Ablauf dieses Zeitraums können die Sender dann also zusätzlich die Pay-Video-on-Demand-Rechte erwerben. Gerade für unabhängige Produzenten wäre eine Ausweitung dieser Regelung auf nicht-geförderte Produktionen die Möglichkeit, entsprechende eigene bilanzielle Vermögenswerte aufzubauen. Zukünftige Projekte könnten von den Produzenten somit selbst teilfinanziert werden. Aus diesem Ansatz heraus ist nun das sogenannte Lizenzmodell im Gespräch.

Auch mit dem ZDF konnte die Produzentenallianz eine Eckpunktevereinbarung zur „vertraglichen Zusammenarbeit bei ZDF-Auftragsproduktionen zwischen

⁹⁶ vgl. Produzentenallianz (o.Jhg): Eckpunkte für die vertragliche Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedern der Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen e.V. und den ARD-Landesrundfunkanstalten bei dokumentarischen Produktionen

⁹⁷ vgl. Produzentenallianz (2008): Verhandlungen über Video-on-Demand-Rechte bei FFA-geförderten Spielfilmen abgeschlossen

Zweites Deutsches Fernsehen und der Allianz deutscher Produzenten – Film und Fernsehen“ abschließen. Diese enthält generell identische „Terms of Trade“ für vollfinanzierte Auftragsproduktionen wie die Eckpunktevereinbarung mit der ARD.⁹⁸ Allerdings kam es erst kürzlich im Mai 2015 zu einer Ergänzungsvereinbarung. Wie bereits beschrieben werden Produzenten bei einer Rechteverwertung mit 16 % am Bruttoerlös, abzüglich von Synchronisationskosten beteiligt. Diese Regelung umfasste sowohl bei ARD- als auch bei ZDF-Auftragsproduktionen bis jetzt die Bereiche Auslandsverwertung, inländisches Pay-TV, Kino und Videogrammrechte. Laut dem neuen Vereinbarungszusatz wurde diese Regelung nun auf die VoD-Rechte bei ZDF-Auftragsproduktionen erweitert. Produzenten erhalten rückwirkend bis auf das Jahr 2013 Verwertungserlöse. Diese Vereinbarung ist erst mal bis 2016 begrenzt, ist aber trotz allem ein erster Fortschritt in der gesamten Rechtediskussion zwischen Sendern und Produzenten.⁹⁹

9.2 Lizenzmodell

Die Diskussion über einen Paradigmenwechsel in der Auftragsproduktion entstand vor allem aus den deutlichen Nachteilen, mit denen die unabhängige Produzenten in Deutschland zu kämpfen haben. Daraus entstand ein intensiver Diskurs zwischen der Produzentenallianz und der ARD über eine vertragliche Umstrukturierung, dem sogenannten Lizenzmodell. Dieses Modell sieht vor, dass Sender künftig bei der gleichen Finanzierungsbasis nicht mehr alle Rechte des produzierten Materials erhalten, also kein Total-Buy-Out mehr möglich ist. Der Sender würde nach diesem Modell nur die primären Rechte an dem Material erhalten. Diese erlauben ihm die Sendung in festgelegten Wiederholungen und in einem zeitlich begrenzten Rahmen auszustrahlen. Die anderen Verwertungsrechte, wie beispielsweise Video-on-Demand oder der DVD-Vertrieb würden komplett beim Produzenten bleiben. Somit hätten vor allem senderunabhängige Produzenten die Möglichkeit mit Produktionen besser zu

⁹⁸ vgl. Eckpunkte der vertraglichen Zusammenarbeit bei ZDF-Auftragsproduktionen zwischen Zweites Deutsches Fernsehen und der Allianz deutscher Produzenten – Film und Fernsehen in der Fassung vom 04.07.2013

⁹⁹ vgl. ZDF (2015): Pressemitteilung, ZDF und Produzentenallianz: Eckpunktevereinbarung erweitert

wirtschaften und Vermögenswerte aufzubauen.¹⁰⁰ Die Einführung dieses Modells hat in Großbritannien zu einem erheblichen Umschwung der Medienlandschaft geführt. Während Produzenten die Veränderungen im anglo-sächsischen Bereich als innovatives Vorbild betrachten, wehrt sich vor allem die ARD vehement gegen eine derartige Regulierung. Ihrer Meinung nach würde das Lizenzmodell gegen die Grundsätze des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verstoßen. Durch den veränderten Rechtehandel sei die ARD nicht mehr in der Lage, Inhalte in vollwertiger Weise an die Bevölkerung weiterzugeben, da die Video-on-Demand-Rechte weiterhin beim Produzenten verbleiben würden. Des Weiteren ist die ARD der Meinung, dass die Umstrukturierung hin zu einem Lizenzmodell gegen den Grundsatz der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit verstoßen würde. Die gleichbleibende Vollfinanzierung der Produktion, aber ohne die gesamten Nutzungsrechte, sei eine indirekte Nettopreiserhöhung.¹⁰¹

9.3 ARD-Positionspapier zum Lizenzmodell

Nach der Verlängerung der Eckpunktevereinbarung im November 2014 veröffentlichte die ARD eine Stellungnahme zu dem geforderten Lizenzmodell der Produzentenallianz. Für sie ist eine derartige Entwicklung des Produktionssektors, wie in Großbritannien ein nicht erstrebenswertes Ziel. Dabei ist für die ARD die zunehmende Einflussnahme internationaler Medienkonzerne eine negative Entwicklung in der britischen Medienökonomie. Nach dem „Televisual Production 100“ 2013/2014 seien 65 % der 100 erfolgreichsten Produktionsfirmen in ausländischem Besitz.¹⁰² Diese Konzentration des Produzentenmarktes wird von der ARD als negativer Aspekt, seit der Einführung der „Terms of Trade“ konstatiert. Doch auch diese Entwicklung könnte unabhängigen Produzenten helfen, leichter Kredite zu erhalten, da sie mit einem kapitalstarken Eigner verflochten wären. Kerstin Fröhlich beschreibt in ihrem Buch „Innovationssysteme der TV-Unterhaltungsproduktion“ die unabhängigen TV-Produzenten in Großbritannien als wesentlich risikofreudiger, im Vergleich zu ihren deutschen

¹⁰⁰ vgl. Produzentenallianz (2015): Die Filmwirtschaft braucht Wachstum

¹⁰¹ vgl. ARD (2014): Positionspapier. Zur Vielfalt in der Produzentenlandschaft und der Diskussion um die Filmfinanzierung

¹⁰² vgl. ARD (2014): Positionspapier, Zur Vielfalt in der Produzentenlandschaft und der Diskussion um die Filmfinanzierung

Kollegen.¹⁰³ Die Autorin dieser Arbeit ist jedoch nur teilweise dieser Ansicht. Unabhängige Produzenten fehlen von vornherein die finanziellen Mittel um risikoreiche Produktionen überhaupt umsetzen zu können. Wie die ARD in ihrem Positionspapier korrekt zum Ausdruck bringt, hat sich der Einfluss großer ausländischer Medienkonzerne in Großbritannien, seit der Einführung der „Terms of Trade“ deutlich erhöht. Im Televisual Productions 100 Report von 2014 gehören alle der 10 erfolgreichsten unabhängigen Produktionsunternehmen zu einem großen Medienkonzern. Auf Platz eins steht so etwa IMG Productions, der britische Produktionsarm der IMG Worldwide und auf Platz zwei das Produktionsunternehmen Thames, einer Tochter der FreemantleMedia.¹⁰⁴ Glaubt man der Stellungnahme der ARD entstand diese Entwicklung in Großbritannien aus der Einführung der „Terms of Trade“. Laut der FORMATT-Studie von Horst Röper ist jedoch auch bei uns bereits eine deutliche Beteiligung ausländischer Investoren an deutschen Produktionsfirmen erkennbar. Beispiele hierfür ist Eyeworks B.V., Niederlande, mit den 100-prozentigen Tochterfirmen Eyeworks Fiction Cologne GmbH, Eyeworks Film Gemini GmbH, Eyeworks Film Germany GmbH und Captator Film GmbH, alle mit Sitz in München. Ein weiterer internationaler „Big Player“ ist die Mediengruppe Endemol, mit der deutschen Tochterfirma Endemol Deutschland GmbH (100%) und Meta Productions GmbH (90 %) in Berlin. Die ITV Studios Germany GmbH (100%) und die Imago-TV-Film- und Fernsehproduktion GmbH (90%) sind ebenfalls Tochterfirmen. Sie gehören zu der britischen Mediengruppe Granada Group.¹⁰⁵ Diese Produktionsunternehmen tauchen in einem Ranking des Medienmagazins DWDL.de wieder auf. Mittels der Berechnungen auf Basis der AGF, der GfK und media control wurden die erfolgreichsten TV-Produzenten Deutschlands ermittelt. Die Werte richten sich nach den 100 meistgesehenen Formaten im Fernsehen, wobei der jeweilige Produzent für das Format auf dem ersten Platz 100 Punkte bekommt, für den zweiten Platz 99 Punkte usw. Dabei stehen auf dem ersten Platz die ITV Studios Germany, wie bereits genannt eine 100-prozentige Tochter der Granada Group aus Großbritannien. Auf dem dritten Platz folgt Endemol Deutschland, also ebenfalls eine Tochter eines ausländischen Medienkonzerns. Ebenfalls

¹⁰³ vgl. Fröhlich, 2010: S. 283

¹⁰⁴ vgl. Televisual (2014): Televisual Production 100, 2014, indies 1-10

¹⁰⁵ vgl. Röper, 2014: S. 561

vertreten ist die Eyeworks Germany an siebter Stelle.¹⁰⁶ Dadurch wird deutlich, dass eine derartige Einflussnahme internationaler Investoren auch bei uns bereits eingesetzt hat und die deutsche Medienökonomie in erheblichem Maß beeinflussen. Zudem wird aus der Argumentation der ARD nicht deutlich, weshalb eine derartige Entwicklung nicht erwünscht ist. Nach der Meinung der Verfasserin würden derartige Fusionen einen eventuellen internationalen Format- und Rechtehandel deutlich vereinfachen. Ein Beispiel wäre hierfür die deutsche Produktionstochter Endemol Deutschland GmbH. Neben diversen Produktionstöchtern, gehört zu Endemol beispielsweise auch ein Distributionsunternehmen, das sowohl fertige Sendungen als auch Formate betreibt.¹⁰⁷ Bei einer Änderung des Lizenzhandels, z.B. durch das angesprochene Lizenzmodell, hätte Endemol Germany die Möglichkeit seine Sendungen und Formate direkt über das Distributionsunternehmen des Mutterkonzerns zu verwerten. Besonders mit dem Handel des Konzepts von „Big Brother“ konnte Endemol zeigen, dass der Formathandel eine lukrative Gewinnmöglichkeit für Produzenten ist.¹⁰⁸ Allerdings würden damit den deutschen Sendeanstalten wesentlich einflussreichere Produktionsunternehmen entgegenstehen, welche die Marktmacht der Sender erheblich schmälern könnten. Dies könnte ein wesentlicher Grund für diese Aussage der ARD sein. Da darauf jedoch nicht weiter eingegangen wurde, bleibt diese Schlussfolgerung reine Spekulation.

9.4 Quotenregulierung

In einem Gutachten aus dem Jahr 2005 wurde bereits über eine Mögliche Quotenregulierung diskutiert. Dabei könnte ein möglicher Prozentsatz gesetzlich festgelegt werden, nach dem öffentlich-rechtliche Sender einen Anteil ihrer Auftragsproduktionen über unabhängige Produzenten erstellen lassen. Es sei eine Möglichkeit eine bundesweite Regelung im Rundfunkstaatsvertrag zu verankern, nach der eine eindeutige Quote festgesetzt wird. Dieser Zusatz könnte nach den Verfassern des Gutachtens folgendermaßen aussehen:

¹⁰⁶ vgl. DWDL.de (2015): DWDL-Ranking der erfolgreichsten TV-Produzenten in Deutschland im Jahr 2014

¹⁰⁷ vgl. endemol distribution (2015): Corporate

¹⁰⁸ vgl. Lantzsich, 2008: S. 132

„Fernsehvollprogramme sollen mindestens ... % ihres **Jahresumsatzes** in Werke von unabhängigen Produzenten investieren. Werke sind definiert als Produktionen, die nicht Nachrichten, Sportberichte, Spielshows, Werbung, Videotext oder Teleshopping sind. Über die Einhaltung dieser Verpflichtung haben die Fernsehveranstalter jährlich einen Rechenschaftsbericht zu veröffentlichen.“¹⁰⁹

In Großbritannien hat diese Quoteneinführung, wie bereits erörtert, zu einer bedeutenden Marktverschiebung zugunsten der unabhängigen Produktionsbranche geführt. Es gab jedoch auch schon negative Veränderungen durch eine derartige Quotierung. Das drastischste Beispiel hierfür sind die in den USA eingeführten Fin-Syn-Rules (Financial Interest and Syndication Rules) in den siebziger Jahren. Die damaligen großen Networks CBS, ABC und NBC wiesen damals eine extreme Marktmacht auf. Nach den damaligen Berechnung der amerikanischen Regulierungsbehörde FCC (Federal Communication Commission) wurden 1968 gerade noch 4 % der Unterhaltungssendungen und fiktionalen Programmen von unabhängigen Produktionsfirmen hergestellt. Die Debatte war ähnlich wie in Deutschland oder Großbritannien, die vertikale Integration der Wertschöpfungskette zu durchbrechen, um letztlich eine größere Programmvielfalt zu erzielen. Dabei war die FCC wesentlich strikter, in der Umsetzung der Quotierung. Sender verloren jegliche Vertriebsrechte im Inland und durften weltweit nur Eigenproduktionen vertreiben. Eigenproduktionen sollten sich jedoch auch auf 3 Stunden in der Woche beschränken. Daraus resultierte, dass unabhängige Produzenten in dieser Zeit 80 % der Hauptsendezeit stellten. Diese extreme Regulierung hatte eine 180°-Drehung zur Folge, die den Markt letztlich in die andere Richtung verzerrte. Anfang der neunziger Jahre war der Marktanteil der großen Drei von 90% auf 65% geschrumpft. Die unabhängigen Produzenten hingegen gliederten sich in große Medienkonzerne ein und hatten einen immer stärkeren Einfluss auf den Markt. Aus diesem Grund wurden die Fyn-Syn-Rules 1991 schließlich komplett für ungültig erklärt.¹¹⁰ Diese Entwicklung könnte auch die Angst vor einer steigenden Konzentration von großen Medienkonzernen erklären, welche die ARD ihrem Positionspapier zum Lizenzmodell beschreibt.

¹⁰⁹ Castendyk, Oliver (2005): Gutachten, Möglichkeiten der rechtlichen Regulierung zugunsten der Film- und Fernsehproduktion in Nordrhein-Westfalen, Erich Pommer Institut, S.240

¹¹⁰ Castendyk, 2005: S. 190f

9.5 Etat-Erweiterung für nicht-lineare Verbreitung

Die aktuelle Diskussion über eine eventuelle Abschaffung der 7-Tage-Regelung führte wie bereits erwähnt zu heftiger Gegenwehr seitens der Produzenten. Um diesen Prozess möglichst schnell zu unterbinden, fordern die Verbände eine Etaterweiterung im nächsten Rundfunkstaatsvertrag. Der vorgeschlagene neue Etat „Lizenzkosten nicht-lineare Verbreitung“ könnte eine Möglichkeit sein, Beiträge über die 7-Tages-Regelung hinaus online zur Verfügung zu stellen und gleichzeitig die Produzenten angemessen zu vergüten. Dieser Erweiterung müsste bei der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) angemeldet und genehmigt werden.¹¹¹ Ob eine derartige Regelung allerdings zustande kommt, ist eher fraglich, da neue Finanzmittel generiert werden müssten.

¹¹¹Produzentenallianz (2015): Verbände fordern faire Mediathekenvergütung

10. Schlussfolgerung

Die Analyse hat gezeigt, dass die veränderten Rahmenbedingungen in Großbritannien durchaus zu einer Stärkung der unabhängigen Produzenten führen kann. Die Betrachtung der deutschen Produktionsbranche mit Hinblick auf unabhängige Unternehmen hat gezeigt, dass eine Umstrukturierung in diesem Bereich bereits stattgefunden hat. Dabei orientieren sich einige Diskussionen an Großbritannien und Vertragsänderungen, wie das Lizenzmodell, zeigen deutliche Parallelen zum britischen Vergütungsmodell. Durch die Eckpunktevereinbarungen mit der ARD und dem ZDF wurde die Diskussion über „Terms of Trade“ angestoßen, die zu anhaltenden Verhandlungen zwischen der Produzentenallianz und den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten geführt hat. Dies ist nach Meinung der Autorin eine entscheidende Entwicklung, da Probleme und Streitpunkte auf beiden Seiten nicht länger ignoriert, sondern diskutiert werden. Einige Landesmedienanstalten, sowie das ZDF haben sich nun auch bereit erklärt, ähnlich wie in Großbritannien, jährliche Produzentenberichte vorzulegen, die mehr Transparenz in der Auftragsvergabe der Sendeanstalten fördern soll.¹¹² Durch eine transparente Einsicht in die Produktionsvorgänge wird der Raum für Spekulationen deutlich minimiert und eine Vertrauensbasis für eine faire Zusammenarbeit ermöglicht. Es liegen nun bereits erste Produzentenberichte des MDR, des WDR und des RBB vor. Diese Berichte geben allerdings nur Auskunft über die Auftragsproduktionen der jeweiligen Landesrundfunkanstalt. Im Produzentenbericht des MDR heißt es dazu beispielsweise: „Der Bericht umfasst die als Auftrags- oder Koproduktion hergestellten Fernsehproduktionen, mit deren Fertigung der MDR dritte Produzenten unmittelbar beauftragt hat.“ Des Weiteren nehmen die Landesmedienanstalten eine Einschränkung bei der Auswertung in den Berichten vor. So heißt es beispielsweise im Produzentenbericht des WDR, dass die Darstellung Produktionen ausnimmt, an denen der WDR zwar beteiligt, aber nicht federführend war. Das gleiche gelte für Vorabendprogramme und Gemeinschaftsproduktionen.¹¹³ Vereinzelt wurden also Daten zu Auftragsproduktionen, wobei es jedoch keine feste Vorgabe gibt. Die Parameter und Rahmenbedingungen für die Darstellung können also frei gewählt werden. Somit ist auch weiterhin keine eindeutige

¹¹² ARD (2015): Vereinbarungen mit der Film- und Fernsehwirtschaft

¹¹³ Produzentenbericht WDR 2013

Transparenz gewährleistet. Auch die ARD hat bis jetzt noch keinen Produzentenbericht über Gemeinschaftsproduktionen. Verglichen mit Großbritannien fehlt noch eine Aufsichtsbehörde, die neben der KEF und dem Rundfunkrat, derartige wirtschaftlich relevanten Prozesse kontrolliert. Aufgrund dieser andauernden Intransparenz ist nun auch die Frage, ob eine gesetzliche Quotenregelung sinnvoll wäre. Die britische Medienentwicklung hat gezeigt, dass eine Quotierung zugunsten des unabhängigen Produktionssektors zu einer drastischen Veränderung der nationalen Marktstrukturen führen kann. Die Autorin hält, diesen Schritt, aufgrund der bestehenden Machtasymmetrie und der vertikalen Integration in Deutschland für notwendig. Zumindest die EU-Fernsehrichtlinien sollten klar im Rundfunkstaatsvertrag verankert werden. Großbritannien, als auch Frankreich haben gezeigt, dass eine derartige Regelung wichtig ist, um unabhängige Produzenten auf Dauer an öffentlich-rechtlichen Programmen teilhaben zu lassen. Die Verfasserin konstatiert weiterhin, dass die Klärung des Rechteverbleibs für Auftragsproduktionen der zentrale Punkt in der Frage um eine faire Vergütung der Produzenten ist. Dies belegt auch die Schlussfolgerung der Autoren Gillian Doyle und Richard Paterson, die folgendes feststellten:

„Wenn man die Erfahrungen der Fernsehproduzenten oder aller anderen Schöpfer geistigen Eigentums in Betracht zieht, die es geschafft haben, einen maßgeblichen finanziellen Erfolg zu erringen, stößt man normalerweise auf zwei Faktoren: erstens den Besitz des Schutz- und Urheberrechtes und zweitens die vollständige und systematische Ausschöpfung dieser Rechte.“¹¹⁴

Gerade für unabhängige Produzenten würde sich durch das Lizenzmodell die Möglichkeit eröffnen, langfristig Eigenkapital aufzubauen. Die angesprochene Kredithürde für unabhängige Unternehmen, könnte somit langfristig überwunden werden. Die Produzenten hätten die Möglichkeit mehr Eigenkapital aufzubauen und könnten stärker vor Banken auftreten. Die Bedingungen für die Vergabe von Krediten an Produzenten wären zwischen abhängigen und unabhängigen wesentlich ausgeglichener. Das Argument der ARD, dass ein derartiges Modell dem Grundsatz der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit widersprechen würde, ist nach Meinung der Autorin eher fadenscheinig. Dieser Grundsatz hält die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten dazu an, mit den

¹¹⁴ Doyle; Paterson, 2010: S. 44

ihnen zur Verfügung gestellten finanziellen Mitteln nach bestem Wissen zu wirtschaften. Allerdings sollte sie dieser Grundsatz nicht generell davon entbinden, auf veränderte Marktbedingungen eingehen zu müssen. Wie bereits belegt wurde, decken die errechneten Handlungsunkosten heutzutage nicht mehr die tatsächlich laufenden Kosten der Produktionsunternehmen. Somit ist es entweder notwendig eine Nettopreiserhöhung durchzusetzen oder den Produzenten für erstellte Inhalte mehr Rechte zu überlassen. Durch das Lizenzmodell könnten Produzenten, ähnlich wie in Großbritannien, die Zweitverwertungsrechte wie VoD, DVD-Vertriebsrechte usw. behalten und damit längerfristig Vermögenswerte aufbauen. Ein Gegenargument der ARD lautete daraufhin wie folgt:

„Auch in der digitalen Welt muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Bevölkerung in ihrer Gesamtheit erreichen können und in der Lage sein, den Content über alle für die Beitragszahler relevanten Wege auszuspielen. Hierzu zählt auch die Möglichkeit, Video on Demand anzubieten. Dies ist nur möglich, wenn die Sender über die dafür notwendigen Rechte verfügen.“¹¹⁵

Laut dieser Aussage könnte man annehmen dass es den öffentlich-rechtlichen Sender mit der Einführung des Lizenzmodells nicht mehr möglich wird, Inhalte auch online über Video on Demand auszuspielen zu können und sie damit ihre Pflichten gegenüber dem Beitragszahler verletzen würden. Das Lizenzmodell erwähnt jedoch in keiner Weise, dass den Sendern dies nicht mehr möglich sein wird. Im Gegenteil; das Lizenzmodell soll lediglich den Verbleib der Rechte beim Produzenten durchsetzen. Doch genau wie bei britischen Auftragsproduktionen hätten die Sender die Möglichkeit VoD-Lizenzen beim Produzenten zu erwerben. Dabei müssten diese aber separat vergütet werden. Somit hätten die Sendeanstalten auch weiterhin Zugang zu den Inhalten für ihre Online-Plattformen, müssten aber zukünftig Lizenzgebühren an den Produzenten entrichten. Natürlich ist es auch verständlich, dass nach jahrzehntelanger Verwendung der „Total-Buy-Out“-Verträge, eine derartige Umstrukturierung bei den öffentlich-rechtlichen Sendern zunächst auf Ablehnung trifft. Eine Möglichkeit, um beide Seiten zufrieden zu stellen, wäre eine Befristung des ausgearbeiteten

¹¹⁵ ARD (2014): Positionspapier. Zur Vielfalt in der Produzentenlandschaft und der Diskussion um die Filmfinanzierung

Lizenzmodells auf einen festgelegten Zeitraum von einigen Jahren. Es könnte beispielsweise eine Vereinbarung zwischen der Produzentenallianz und der ARD bzw. dem ZDF geben, nach der das vorgelegte Lizenzmodell für zwei Jahre gültig ist. In dieser Phase haben sowohl die Sendeanstalten, als auch die Produzenten Zeit, sich an die neuen Gegebenheiten zu gewöhnen. Nach Ablauf der zwei Jahre könnte das Lizenzmodell um das „deficit financing“-Modell erweitert werden. Dabei würde die Regelung zum Rechteverbleib beim Produzenten bestehen, allerdings würden die Sender, wie z.B in den USA, nicht mehr 100 % der Produktionskosten tragen. Das entstehende Defizit muss vom jeweiligen Produktionsunternehmen selbst getragen werden. Dadurch übernimmt der Produzent einen Teil des finanziellen Risikos, kann aber bei einem Erfolg die Zweit- und Drittverwertungsrechte in vollem Ausmaß ausschöpfen.¹¹⁶ Somit könnte ein Kompromiss gefunden werden. Sender würden für den Verzicht auf die Verwertungsrechte ein geringeres Risiko bei Auftragsproduktionen tragen und Produzenten könnten Gewinne aus den Rechten erzielen. Durch das eigene finanzielle Risiko und die Aussicht auf eine Verwertung der Rechte, hätten deutsche Produzenten einen stärkeren Anreiz kreativ und innovativ zu arbeiten, um ihre Produktionen national, als auch international verkaufen zu können. Vor allem unabhängige Produzenten könnten sich auf dem Weltmarkt etablieren und hätten den das notwendige Kapital, um auch eigene Produktionen realisieren zu können. Die angesprochenen Problematik in den Bezug auf Kreditinstitute könnten deutlich minimiert werden. Die Internationalisierung der Produktionsbranche besteht laut der FORMATT-Studie auch in Deutschland schon seit einigen Jahren und ist wohl eher eine unaufhaltsame Veränderung, die auch positives hervorbringt. So steigen beispielsweise die Zahlen von Aufträgen ausländischer Sender an deutsche Produzenten.¹¹⁷ Wie die Entwicklungen in Großbritannien gezeigt haben, können diese internationalen Netzwerke dazu dienen, auch auf dem Weltmarkt intensiver zu agieren. Anstatt ausländische Formate zu kaufen, hätte Deutschland ebenso die Möglichkeit mehr eigene Konzepte zu entwickeln und diese an Sendeanstalten in anderen Länder zu verkaufen. Wie bereits erwähnt wird deutlich, dass eine genauere Regulierung und Kontrolle durch Aufsichtsgremien, Gewerkschaften und Verbände unbe-

¹¹⁶ Doyle; Paterson, 2010: S.45

¹¹⁷ Röper, 2014: S. 560

dingt von Nöten ist. Die bestehenden Organisationsstrukturen in Großbritannien können dabei als Vorbild dienen, um eigene regulative Institutionen zu etablieren. Eine staatliche Aufsichtsbehörde könnte, ähnlich wie die Ofcom, die Einhaltung der festgelegten „Terms of Trade“ des Lizenzmodells kontrollieren, müsste dazu natürlich auch die dementsprechende gesetzliche Handhabe zugesprochen bekommen, um etwaige Sanktionen durchsetzen zu können. Die Produzentenallianz hat bereits mehrfach bewiesen, dass sie die Interessen der deutschen Produzenten würdig vertreten kann. Allerdings müsste es noch zu einer deutlichen Abgrenzung von abhängigen und unabhängigen Produzenten kommen, um noch stärker auf die Branche eingehen zu können. Ähnlich wie PACT, könnten somit allein die Interessen der unabhängigen Unternehmen stärker vertreten werden. Aufgrund der vorangegangenen komparativen Analyse wird deutlich, dass die unabhängige Produktionsbranche einen wichtigen Beitrag zu einer vitalen und vielfältigen Fernsehlandschaft leistet. Die medienpolitischen Veränderungen in Großbritannien haben gezeigt, dass dieser Wirtschaftssektor ein enormes Potenzial hat, welches in Deutschland noch nicht voll ausgeschöpft wird. Nach Meinung der Autorin stehen deutsche Produzenten ihren britischen Kollegen in punkto Kreativität und Innovation in nichts nach. Eine Verbesserung der Rahmenbedingungen bei der TV-Produktion kann ihnen die nötige Basis geben, um ihre eigenen Fähigkeiten neu zu entdecken und eine tragende Rolle im internationalen Produktionsmarkt zu spielen.

Literaturverzeichnis

ARD (2012): ARD-aktuell, 02.05.2012, in: http://www.ard.de/home/intern/die-ard/gemeinschaftseinrichtungen-der-ard/ARD_aktuell/334718/index.html (Zugriff am 06.04.2015)

ARD (2014): ARD und Produzentenallianz verlängern Eckpunktevereinbarung, 26.11.2014, in: http://www.ard.de/home/intern/presse/pressearchiv/Eckpunktevereinbarung_mit_Produzentenallianz_verlaengert/1439420/index.html (Zugriff am 09.05.2015)

ARD (2014): Positionspapier. Zur Vielfalt in der Produzentenlandschaft und der Diskussion um die Filmfinanzierung, in: http://www.ard.de/download/1515674/Zur_Vielfalt_in_der_Produzentenlandschaft.pdf (Zugriff am 18.05.2015)

ARD (2015): Vereinbarungen mit der Film- und Fernsehwirtschaft, 07.04.2015, in: http://www.ard.de/home/intern/die-ard/Vereinbarungen_mit_der_Film_und_Fernsehwirtschaft/1016310/index.html (Zugriff am 05.06.2015)

ARD (2015): Geschichte, in: <http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/ARD/534062/index.html> (Zugriff am 13.04.2015)

Bavaria Film GmbH (2015): Firmenprofil Bavaria Film GmbH, 02.2015, in: <http://www.bavaria-film.de/index.php?id=4043> (Zugriff am 28.04.2015)

Bavaria Film GmbH (o.Jhg.): Die Gesellschafter, in: <http://www.bavaria-film.de/index.php?id=4053> (Zugriff am 09.05.2015)

Bavaria Film GmbH (o.Jhg): Tochter- und Beteiligungsfirmen, in <http://www.bavaria-film.de/index.php?id=4054> (Zugriff am 09.05.2015)

BBC (2015): Governing the BBC, in: <http://www.bbc.co.uk/bbctrust/governance> (Zugriff am 28.05.2015)

BBC Studios and Postproduction (2015): Creating and preserving award-winning content, in: <http://www.bbcstudiosandpostproduction.com/who-we-are-2/> (Zugriff am 29.04.2015)

- BBC (2014): Review of the BBC's content supply arrangements, 12.08.2014, in:
http://www.bbc.co.uk/bbctrust/our_work/services/programme_supply/content_supply.html (Zugriff am 07.04.2015)
- Bundeszentrale für politische Bildung (2012): Entstehungsbedingungen des dualen Rundfunksystems, 30.08.2012, in:
<http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/143242/entstehungsbedingungen> (Zugriff am 13.04.2015)
- Bundeszentrale für politische Bildung (2012): Fernsehen im „Dritten Reich“, 30.08.2012, in: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/143311/fernsehen-im-dritten-reich> (Zugriff am 28.04.2015)
- Bonhoeffer, Georg (2010): Produktionsleitung für Film und Fernsehen. Was ist das? Wie geht das? Kann ich das (vielleicht) auch?, Hamburg
- Castendyk, Oliver (2005): Gutachten, Möglichkeiten der rechtlichen Regulierung zugunsten der Film- und Fernsehproduktion in Nordrhein-Westfalen, Erich Pommer Institut, S.240
- Channel 4 (2015): About Channel 4, in:
<http://www.channel4.com/info/corporate/legal/about-channel-4> (Zugriff am 13.04.2015)
- Doyle, Gillian; Paterson, Richard (2010): Die Produktion unabhängigen Fernsehens in Großbritannien. Öffentliche Politik, Kreativität und Wachstum, in: Lantzsch, Katja; Altmeppen, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden
- DWDL.de (2015): DWDL-Ranking der erfolgreichsten TV-Produzenten in Deutschland im Jahr 2014, in:
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/284534/umfrage/dwdlde-ranking-der-erfolgreichsten-tv-produzenten-2013/> (Zugriff am 28.05.2015)
- Elbing, Sabine; Voelzkow, Helmut (2006): Marktkonstitution und Regulierung der unabhängigen Film- und Fernsehproduktion. Staat, Verbände und Gewerkschaften im deutsch-britischen Vergleich, in: Industrielle Beziehungen: Zeitschrift für Arbeit, Organisation und Management 2006/13, online unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-343014>

- Endemol Distribution (2015): Corporate, in: <http://www.endemolworldwidedistribution.com/page.aspx?id=13> (Zugriff am 28.05.2015)
- Koch-Gombert, Dominik (2005): Fernsehformat und Formatterfernsehen: TV-Angebotsentwicklung in Deutschland zwischen Programmgeschichte und Marketingstrategie, München
- Focus (2015): Ranking der Shows mit den meisten Zuschauern in Deutschland von Januar bis November 2014, in: Statista
- FRAPA: Code of Conduct, 04.03.2015, in: <https://www.frapa.org/code-of-conduct/> (Zugriff am 04.06.2015)
- Freemantle Media (2010): Die zehn erfolgreichsten TV-Formate weltweit nach der Anzahl der Exporte von 1997 bis 2009, in: Statista
- Fröhlich, Kerstin (2010): Innovationssysteme der TV-Unterhaltungsproduktion. Komparative Analyse Deutschlands und Großbritanniens, Wiesbaden
- Fröhlich, Kerstin (2010): Die Innovationslogik der deutschen TV-Unterhaltungsproduktion, in Lantzsich, Katja; Altmeyden, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden
- Kalkofe, Oliver (2007): Kreative Querschnittlähmung, in: Der Spiegel, 2007/1
- Kressreport (2013): Produzentenstudie 2012. Das große Schrumpfen, 22.02.2013, 2013/4, S.21
- Lantzsich, Katja (2008): Der internationale Fernsehformathandel: Akteure, Strategien, Strukturen, Organisationsformen, Wiesbaden
- medienpolitik.net (2014): „Für eine große Vielfalt des Produzentenmarktes“, 02.12.2014, in: <http://www.medienpolitik.net/2014/12/filmwirtschaft-fur-eine-groese-vielfalt-des-produzentenmarktes/> (Zugriff am 02.05.2014)
- Ofcom (2015): What is Ofcom? , in: <http://www.ofcom.org.uk/about/what-is-ofcom/> (Zugriff am 27.05.2015)

Pact (2013): TV-related revenue of independent producers in the United Kingdom (UK) from 2008 to 2013, by source (in million GBP), in: Statista

Pact (2015): About us, in: <http://www.pact.co.uk/about-us/> (Zugriff am 19.05.2015)

promedia (2014): Vom Lizenzmodell würden alle profitieren, 2014/9, in: <http://www.produzentenallianz.de/presseschau/einzelansicht/article/vom-lizenzmodell-wuerden-alle-profitieren.html> (Zugriff am 16.05.2015)

Produzentenallianz (o.Jhg): Eckpunkte für die vertragliche Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedern der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. und den ARD-Landesrundfunkanstalten bei dokumentarischen Produktionen, in: <http://www.produzentenallianz.de/die-produzentenallianz/ergebnisse/inhalte-ergebnisse/terms-of-trade-eckpunkte-fuer-die-vertragliche-zusammenarbeit-zwischen-den-mitgliedern-der-allianz-deutscher-produzenten-film-fernsehen-ev-und-den-ard-landesrundfunkanstalten.html> (Zugriff am 19.05.2015)

Produzentenallianz (2008): Verhandlungen über Video-on-Demand-Rechte bei FFA-geförderten Spielfilmen abgeschlossen, 28.11.2008, in: <http://www.produzentenallianz.de/pressemitteilungen/pressemitteilungen/inhalte-pressemitteilungen/einigung-im-rechte-streit-zwischen-produzenten-und-sendern.html> (Zugriff am 10.05.2015)

Produzentenallianz (2011): Lasst die Produzenten die Werte besitzen, die sie erschaffen!, Pressemitteilung, 02.11.2011, in: <http://www.produzentenallianz.de/pressemitteilungen/newsletter/themen/langfassung-rede-steve-hewlett.html> (Zugriff am 10.04.2015)

Produzentenallianz (2015): Die Filmwirtschaft braucht Wachstum, in: <http://www.produzentenallianz.de/presseschau/einzelansicht/article/christoph-palmer-die-filmwirtschaft-braucht-wachstum.html> (Zugriff am 16.05.2015)

Produzentenallianz (2015): Die Produzentenallianz: Entwicklungen, Struktur, Aktionsfelder, Ergebnisse, in: <http://www.produzentenallianz.de/die-produzentenallianz/ueber/informationen/die-produzentenallianz-entwicklung-struktur-aktionsfelder-ergebnisse.html> (Zugriff am 19.05.2015)

Produzentenallianz (2015): Verbände fordern faire Mediathekenvergütung, 14.04.2015, in: <http://www.produzentenallianz.de/pressemitteilungen/pressemitteilungen/inhalte-pressemitteilungen/presseerklaerung-verbaende-fordern-faire-mediathekenverguetung.html> (Zugriff am 27.05.2015)

Produzentenbericht WDR 2013, in:

<http://www1.wdr.de/unternehmen/produzenten104.pdf> (Zugriff am 04.06.2015)

Röper, Horst (2014): Fernseh- und Filmproduktion 2011 und 2012. Fortbeschreibung der FORMATT-Studie über Konzentration und regionale Schwerpunkte der Auftragsproduktionsbranche, in: Mediaperspektiven, 2014/11

Televisual (2014): Televisual Production 100, 2014, indies 1-10, in:

<http://www.televisual.com/read-reports-surveys/33/267/Indies-1-10.html> (Zugriff am 28.05.2015)

Tempest, Sue; Starkey, Ken; Barnatt, Christopher (1997): Diversity or divide? In Search of flexible specialization in the UK television industry, in: Industrielle Beziehungen: Zeitschrift für Arbeit, Organisation und Management, 1997/4, S. 42, online unter: <http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/34477>

Urheberrecht: UrhG §2 Abs. 2

WDR (2005): Demokratie aus dem Äther, 05.07.2005 in:

http://www1.wdr.de/themen/archiv/sp_rundfunkgeschichte/rundfunkgeschichte116.html (Zugriff am 13.04.2015)

WDR (2015): Das duale Rundfunksystem, in:

http://www1.wdr.de/unternehmen/profil/bildung/wdrstudiozwei/duales_rundfunksystem_infotext100.pdf (Zugriff am 14.04.2015)

Wenzel, Corinna (2012): Selbstorganisation und Public Value: Externe Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wiesbaden, S.47

Wirtz, Bernd (2012): Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden

Zabel, Christian (2010): Schumpeter meets DSDS. Eine empirische Analyse der Innovationsmuster im Wettbewerb des deutschen TV-Produktionssektors 1992-2007, in: Lantzsich, Katja; Altmeyden, Klaus-Dieter; Will, Andreas (Hrsg): Handbuch Unterhaltungsproduktion, Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung, Wiesbaden

ZDF (2015): Geschichte des ZDF, in: <http://www.zdf.de/geschichte-des-zdf-26199326.html> (Zugriff am 14.04.2015)

ZDF (2015): Drei-Stufen-Test, in <http://www.zdf.de/drei-stufen-test-25101186.html> (Zugriff am 27.05.2015)

ZDF (2015): Pressemitteilung, ZDF und Produzentenallianz: Eckpunktevereinbarung erweitert, 29.05.2015, in: <https://presseportal.zdf.de/aktuelles/mitteilung/zdf-und-produzentenallianz-eckpunktevereinbarung-erweitert/772/> (Zugriff am 31.05.2015)

13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag: §11 Abs.4 RStV

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname